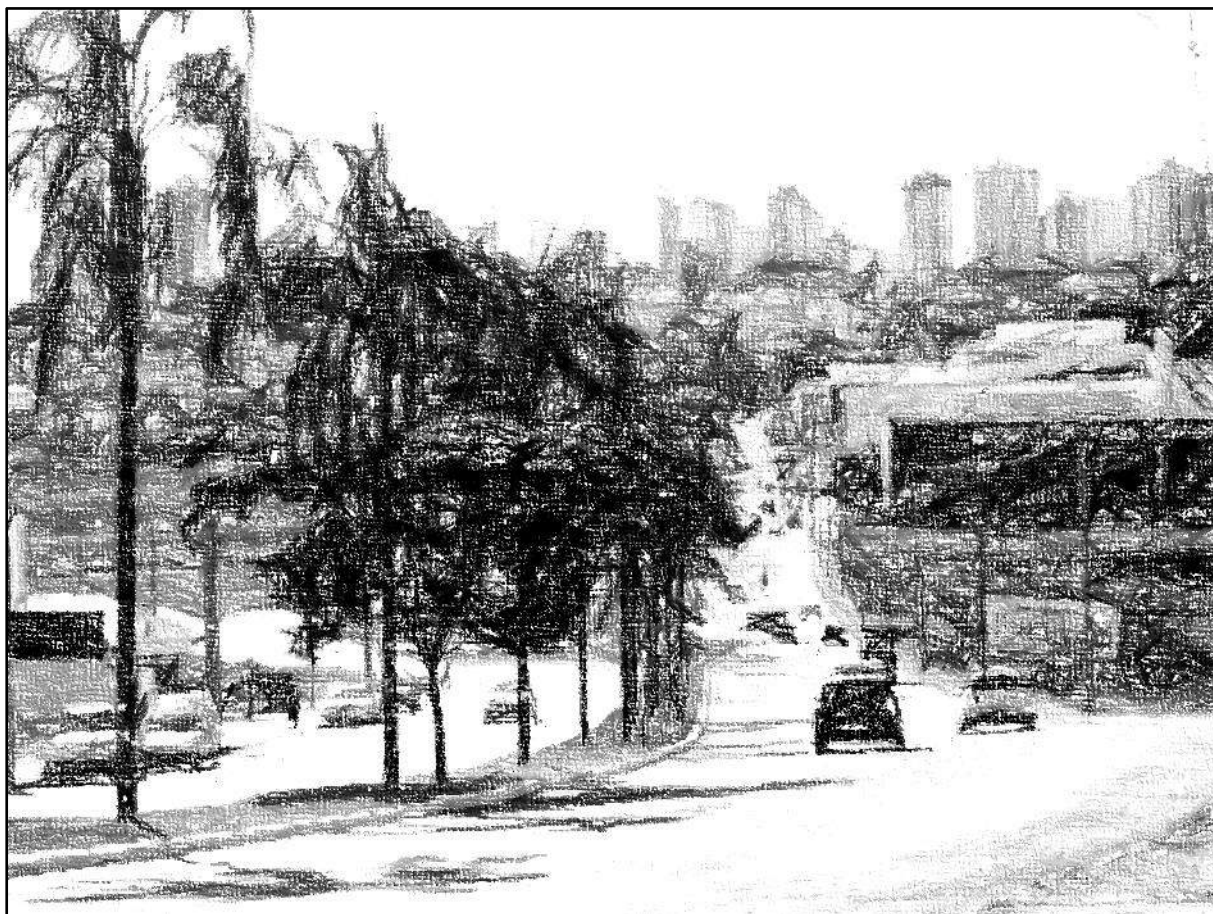


VINICIUS LINO RODRIGUES DE JESUS



**DO CENTRO À ZONA SUL: ANÁLISE DOS ESPAÇOS DE
CONSUMO E LAZER EM UBERLÂNDIA**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE GEOGRAFIA
2014**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE GEOGRAFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO ANÁLISE, PLANEJAMENTO E
GESTÃO DOS ESPAÇOS RURAL E URBANO

**DO CENTRO À ZONA SUL: ANÁLISE DOS ESPAÇOS DE
CONSUMO E LAZER EM UBERLÂNDIA**

VINICIUS LINO RODRIGUES DE JESUS

Uberlândia / MG

2014

Vinicius Lino Rodrigues de Jesus

**DO CENTRO À ZONA SUL: ANÁLISE DOS ESPAÇOS DE
CONSUMO E LAZER EM UBERLÂNDIA**

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial para obtenção do título de doutor em Geografia.

Área de Concentração: Análise, Planejamento e Gestão dos Espaços Rural e Urbano.

Orientadora: Profª Drª Beatriz Ribeiro Soares.

Uberlândia / MG
Instituto de Geografia
2014

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Sistema de Bibliotecas da UFU, MG, Brasil.

J58d Jesus, Vinicius Lino Rodrigues, 1976 -
2014 Do centro à zona sul: análise dos espaços de consumo e lazer em
Uberlândia / Vinicius Lino Rodrigues Jesus . – 2014.
529 f : il.

Orientadora: Beatriz Ribeiro Soares.
Tese (doutorado) – Universidade Federal de Uberlândia,
Programa de Pós-Graduação em Geografia.
Inclui bibliografia.

1. Geografia - Teses. 2. Urbanização – Uberlândia (MG) - Teses. 3. Solo
- Uso – Planejamento - Uberlândia (MG) – Teses. I. Soares, Beatriz
Ribeiro. II. Universidade Federal de Uberlândia. Programa de Pós-
Graduação em Geografia. III. Título.

CDU: 910.1

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

Vinicius Lino Rodrigues de Jesus

**DO CENTRO À ZONA SUL: ANÁLISE DOS ESPAÇOS DE
CONSUMO E LAZER EM UBERLÂNDIA**

Profª. Drª. Beatriz Ribeiro Soares (Orientadora IG/UFU)

Prof. Dr. Vitor Ribeiro Filho (IG/UFU)

Prof. Dr. Fernando Garrafa (FAUeD/UFU)

Prof. Dr. Fernando Luiz Araújo Sobrinho (GEA/UNB)

Profª. Drª. Eduarda Marques da Costa (IGOT/UL)

Data: ____ / ____ / ____

Resultado: _____

A Karina e Lara

AGRADECIMENTOS

Agradeço, inicialmente, à CAPES a concessão da bolsa de estudos que viabilizou a pesquisa empreendida.

À minha orientadora Beatriz Ribeiro Soares, agradeço a disposição com que recebeu a minha proposta de pesquisa, sua orientação e paciência, os caminhos indicados durante o processo de orientação e também a amizade.

A professora Eduarda Costa Marques, pelo acolhimento durante meu estágio de doutorado realizado em Lisboa.

Os professores Vitor Ribeiro Filho e Fernando Garrefa, pelas recomendações e sugestões realizadas na qualificação.

Aos colegas de turma, os debates e conversas no decorrer deste trabalho.

A todos os funcionários do IG e da UFU, o apoio durante a elaboração da tese e ajuda nos trâmites burocráticos.

Aos meus pais, familiares e amigos, a compreensão e todo o apoio.

Por fim, a Karina e Lara, as mulheres da minha vida, que me estimulam diariamente a ser uma pessoa melhor e mais sábia. Sem o apoio incondicional delas, nada disto seria possível.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo compreender os impactos decorrentes da expansão urbana que vem ocorrendo na cidade de Uberlândia (MG), fruto do processo de sua inserção na economia nacional e mundial, que acarretou grande transformação na sua Zona Central e a busca por novas áreas para a expansão imobiliária. Para tanto é realizada uma análise da dinâmica dos espaços de consumo e lazer do Bairro Centro, de parte de sua Zona Periférica e da Zonal Sul da cidade. A hipótese da pesquisa é verificar se o surgimento de uma nova centralidade na Zona Sul é fator desencadeador de um processo de abandono e degradação do Bairro Centro de Uberlândia, tanto do ponto de vista de seu uso residencial quanto comercial, tal como verificado nas grandes cidades brasileiras nas últimas décadas. O método de trabalho consistiu em realizar um levantamento do uso e ocupação do solo e posteriormente a identificação da estrutura comercial de toda a área de estudo, identificando a situação atual bairro a bairro, seguido de análise detalhada de cada setor e de uma proposta para melhoria da qualidade urbana e ambiental do Bairro Centro.

Palavras-Chaves: Uberlândia, Área Central, Revitalização, Estrutura Comercial, Uso e Ocupação do Solo.

ABSTRACT

This work aims to understand the impacts of urban expansion taking place in the city of Uberlândia (MG), the result of its inclusion in the national and world economy, which resulted in a major transformation in its central zone and the search for new areas for real estate expansion. For such an analysis of the dynamics of spaces of consumption and leisure Neighborhood Center, part of its Peripheral Zone and the city is conducted. The hypothesis of the research is to verify if the emergence of a new centrality in the south of the city is a trigger for a process of abandonment and degradation of city center district of Uberlândia, both from the point of view of its residential and commercial use factor, such as verified in large Brazilian cities in recent decades. The method of work was to conduct a survey of the use and occupation of land and subsequently identifying the commercial structure of the entire study area, identifying the current situation neighborhood by neighborhood, followed by a detailed analysis of each sector and a proposal for improving urban environmental quality and the Neighborhood Center.

Key Words: Uberlândia, Central Area, Revitalization, Business Structure, Use and Occupation of Land.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Primeiro anúncio da Coca-Cola.....	15
Figura 02 – Material de divulgação da <i>The Body Shop</i> sobre o comércio justo – 2013.....	36
Figura 03 – A sustentabilidade na cadeia produtiva varejista.....	38
Figura 04 – Página do sítio eletrônico da <i>Drive Now</i> – Sistema de compartilhamento de carro da	43
Figura 05 – Feiras e mercados do período medieval.....	46
Figura 06 - Anúncio do lançamento do primeiro <i>shopping center</i> do Brasil.....	54
Figura 07 – Classificação e formatos varejistas.....	63
Figura 08 – Mapa com setores da Área Central de Lisboa – 2009.....	104
Figura 09 – Hierarquização das ruas de comércio da Baixa de Lisboa – 1995.....	114
Figura 10 – Quadro comparativo do comércio na Baixa Pombalina 1995 – 2004.....	117
Figura 11 – Localização das ruas e eixos comerciais da cidade de Lisboa.....	118
Figura 12 – Área de intervenção do Plano Pormenor da Baixa.....	127
Figura 13 – Localização da Subprefeitura da Sé em São Paulo	130
Figura 14 – Centro Histórico de São Paulo	131
Figura 15 – Área de intervenção do Plano Reconstruir o Centro – 2001.....	143
Figura 16 – Localização das áreas de transformação prioritárias no Projeto Nova Luz.....	151
Figura 17 – Uberlândia (MG) - População do Bairro Centro – 2010.....	153

Figura 18 – Localização do Bairro Centro na cidade de Uberlândia.....	154
Figura 19 – Divisão do Bairro Centro por setores.....	156
Figura 20 – Uberlândia (MG) - Localização do Setor Central na malha urbana da cidade – 2010.....	163
Figura 21 – Uberlândia (MG) - Localização dos principais lançamentos de condomínios verticais no Bairro Centro – 2013.....	190
Figura 22 – Perspectiva do Edifício Caliandras.....	191
Figura 23 – Folder promocional do empreendimento Supreme Residence.....	193
Figura 24 – Perspectiva do edifício Residencial Horizontes.....	194
Figura 25 – Campanha de lançamento do empreendimento Neooffice.....	203
Figura 26 – Localização dos Bairros Fundinho, Lídice e Tabajaras na cidade de Uberlândia.....	281
Figura 27 – Propaganda de lançamento do Edifício Sierra Lídice.....	305
Figura 28 – Folder informativo sobre as mudanças no sistema viário local.....	318
Figura 29 – Perspectiva do conjunto de salas comerciais – Karaíba Empresarial.....	321
Figura 30 – Uberlândia (MG) - Distribuição populacional da Zona Sul da cidade de Uberlândia – 2011.....	358
Figura 31 – Localização dos bairros na Zona Sul de Uberlândia.....	360
Figura 32 – Uberlândia (MG) - Imagem aérea das Avenidas Francisco Galassi e Nicomedes Alves dos Santos – 2011.....	366
Figura 33 – Divulgação do empreendimento Cyrela Landscape em Uberlândia.....	368
Figura 34 – Divulgação do empreendimento Spazio Único em Uberlândia.....	372

Figura 35 – Folder de lançamento do empreendimento Residencial Torres do Sul.....	373
Figura 36 – Zoneamento urbano do trecho central da Zona Sul de Uberlândia segundo a Lei 245/00.....	377
Figura 37 – Zoneamento urbano do trecho central da Zona Sul de Uberlândia segundo a Lei 525/11.....	380
Figura 38 – Uberlândia (MG) - Imagem aérea da ocupação urbana da Av. Francisco Galassi, com destaque para os vazios urbanos existentes na região – 2011.....	384
Figura 39 – Proposta de novos corredores de ônibus no SIT/Uberlândia.....	389
Figura 40 – Uberlândia (MG) - Imagem aérea da ocupação urbana da Avenida Nicomedes Alves dos Santos, com destaque para os vazios urbanos – 2011.....	403
Figura 41 – Uberlândia (MG) - Imagem aérea da ocupação urbana da Avenida Nicomedes Alves dos Santos, com destaque para as novas construções – 2013.....	409
Figura 42 – Uberlândia (MG) - Evolução das construções habitacionais nos 71 bairros de Uberlândia – 2002/2012.....	425
Figura 43 – Uberlândia (MG) - Taxa de ocupação no sistema viário do Bairro Centro – 2010.....	463
Figura 44 – Uberlândia (MG) - Proposta de alteração do uso das Avenidas Afonso Pena e Floriano Peixoto.....	466
Figura 45 – Uberlândia (MG) - Proposta de alteração do uso das Ruas Olegário Maciel e Duque de Caxias.....	468

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Classificação dos tipos de <i>shopping centers</i>	60
Quadro 02 – Uberlândia (MG) – Tipos de comércio – 2013.....	62
Quadro 03 – Classificação dos vários formatos de varejo alimentício.....	64
Quadro 04 – Classificações do varejo não alimentício com lojas.....	65
Quadro 05 – Classificações do varejo sem loja.....	66
Quadro 06 – Diferentes modelos de intervenção urbana em Áreas Centrais.....	87
Quadro 07 – Europa: Políticas de revitalização de Centros Históricos – 1970 a 2000.....	93
Quadro 08 – Programas de apoio e financiamento para reabilitação urbana de Lisboa – 2009.....	106
Quadro 09 – Os sete projetos prioritários do Projeto de Revitalização do Baixa-Chiado – 2006.....	125
Quadro 10 – Programas apresentados no Plano Reconstruir o Centro – 2001.....	145
Quadro 11 – Número de condomínios horizontais fechados na Zona Sul em 2012.....	367

LISTA DE FOTOS

Foto 01 – Restaurante efêmero The Cube – Projeto Electrolux em Londres – 2011.....	24
Foto 02 – Prédio do <i>WaterPlace</i> com certificação LEED Platinum – 2011.....	33
Foto 03 – Exemplos de <i>General e Grocery Stores</i> do século XIX.....	47
Foto 04 – Interior da Loja <i>Printemps</i> na época de sua inauguração.....	49
Foto 05 – Interior de uma loja com sistema <i>Cash and Carry</i> na década de 1940.....	50
Foto 06 – Fachada do <i>Country Club Plaza</i> em Kansas City.....	51
Foto 07 – Vista aérea do <i>Northland Mall</i> na época de sua inauguração.....	52
Foto 08 – Complexo de lojas do aeroporto de Dubai.....	61
Foto 09 – Loja <i>Candy Room</i> em Melbourne.....	72
Foto 10 – Supermercado virtual da Tesco na Coreia do Sul.....	78
Foto 11 – Quincy Market em Boston após sua revitalização.....	90
Foto 12 – Criação de novos espaços públicos em Barcelona – A <i>Rambla do Raval</i>	98
Foto 13 – Casario histórico restaurado no Pelourinho, em Salvador.....	101
Foto 14 – Comércio tradicional localizado na Baixa de Lisboa – 2011.....	112
Foto 15 – Novo comércio localizado na Baixa de Lisboa – 2011.....	116
Foto 16 – Obras de reabilitação de moradias no Rossio em Lisboa – 2011.....	119
Foto 17 – Recuperação do patrimônio edificado na Baixa de Lisboa – 2011.....	120
Foto 18 – Requalificação da Praça Martim Moniz em Lisboa – 2011.....	120
Foto 19 – Incubadora de empresas na Baixa de Lisboa – 2011.....	121

Foto 20 – Implantação de novos equipamentos culturais na Baixa de Lisboa – 2011.....	121
Foto 21 – Transporte realizado em Veículos Leves sobre Trilhos – VLT na Baixa de Lisboa – 2011.....	122
Foto 22 – Pateo do Collegio restaurado em São Paulo.....	134
Foto 23 – Vale do Anhangabaú após intervenção.....	135
Foto 24 – Pinacoteca de São Paulo após o restauro.....	142
Foto 25 – Sala São Paulo localizada na antiga estação Júlio Prestes.....	149
Foto 26 – Uberlândia (MG) - Edifício Chams localizado junto à Praça Tubal Vilela – 2010.....	179
Foto 27 – Uberlândia (MG) - Calçada da Rua Barão de Camargos esquina com Rua Javari – 2013.....	182
Foto 28 – Uberlândia (MG) - Centro Administrativo Virgílio Galassi – 2013.....	198
Foto 29 – Uberlândia (MG) - Fachada do Edifício 2000 – 2013.....	230
Foto 30 – Uberlândia (MG) - Fachada da Loja Ricardo Eletro no Bairro Centro – 2013.....	247
Foto 31 – Uberlândia (MG) - Fachada da Loja Ricardo Eletro no Center Shopping – 2013.....	247
Foto 32 – Fachada de loja de desconto tradicional no Bairro Centro.....	250
Foto 33 – Uberlândia (MG) - Fachada de loja de desconto mais moderna Bairro Centro – 2013.....	251
Foto 34 – Uberlândia (MG) - Entrada do supermercado Bretas filial Juca Ribeiro – 2013.....	254
Foto 35 – Uberlândia (MG) - Exemplo de calçada inadequada ao uso de pedestres – 2013.....	285

Foto 36 – Uberlândia (MG) - Fachada do Edifício Verona – 2013.....	289
Foto 37 – Uberlândia (MG) - Residências simples no Bairro Fundinho – 2013.....	291
Foto 38 – Uberlândia (MG) - Exemplo de residência mista planejada no Bairro Fundinho – 2013.....	292
Foto 39 – Uberlândia (MG) - Área não ocupada no Bairro Lídice – 2012.....	312
Foto 40 – Uberlândia (MG) - Estabelecimento comercial tipo <i>street mall</i> – Villa 207 – 2013.....	322
Foto 41 – Uberlândia (MG) - Estabelecimento comercial em edifício de valor histórico – 2013.....	325
Foto 42 – Uberlândia (MG) - Escritório de arquitetura em edifício de valor histórico – 2013.....	335
Foto 43 – Uberlândia (MG) - Loja de rua voltada para o segmento luxo no Bairro Lídice – 2013.....	341
Foto 44 – Uberlândia (MG) - Restaurante instalado na Avenida Rondon Pacheco – 2013.....	343
Foto 45 – Uberlândia (MG) - Antiga residência adaptada para consultório odontológico – 2013.....	345
Foto 46 – Uberlândia (MG) - Escritório de arquitetura no Bairro Lídice – 2013.....	347
Foto 47 – Campanha de divulgação da Galeria Yazo no Facebook.....	353
Foto 48 – Uberlândia (MG) - Estabelecimento comercial localizado no setor tradicional da Avenida Francisco Galassi – 2011.....	388
Foto 49 – Uberlândia (MG) - Estabelecimentos tipo <i>Street Mall</i> localizados no setor novo da Avenida Francisco Galassi – 2011.....	391
Foto 50 – Uberlândia (MG) - Escritório comercial na Avenida Francisco Galassi – 2011.....	394

Foto 51 – Uberlândia (MG) - Novo <i>street mall</i> localizado na Avenida Francisco Galassi – 2012.....	395
Foto 52 – Uberlândia (MG) - Estabelecimento comercial tipo <i>street mall</i> na Avenida Nicomedes Alves dos Santos – 2011.....	413
Foto 53 – Uberlândia (MG) - Fachada do Village Altamira na Avenida Nicomedes Alves dos Santos – 2011.....	417
Foto 54 – Uberlândia (MG) - Fachada do Edifício Gran Plaza Residence – 2014...433	
Foto 55 – Uberlândia (MG) - Uberlândia - Lojas localizadas no Juca Ribeiro – 2014.....	452
Foto 56 – Uberlândia (MG) - Poluição visual na Avenida Floriano Peixoto – 2014.....	453
Foto 57 – Exemplo de readequação de fachada em edificação localizada na cidade de São Paulo.....	457
Foto 58 – Exemplo de readequação de fachada em edificação localizada na cidade de Caxias do Sul.....	458
Foto 59 – Área externa da <i>Cable Factory</i> durante a feira Finncon em 2009.....	479

LISTA DE MAPAS

Mapa 01 – Uberlândia (MG) - Uso e ocupação do solo do setor I do Bairro Centro – 2011.....	169
Mapa 02 – Uberlândia (MG) - Uso e ocupação do solo do setor II do Bairro Centro – 2011.....	171
Mapa 03 – Uberlândia (MG) - Uso e ocupação do solo do setor III do Bairro Centro – 2011.....	173
Mapa 04 – Uberlândia (MG) - Uso e ocupação do solo do setor IV do Bairro Centro – 2011.....	175
Mapa 05 – Uberlândia (MG) - Uso e ocupação do solo do setor V do Bairro Centro – 2011.....	177
Mapa 06 – Uberlândia (MG) - Uso e ocupação do solo do setor VI do Bairro Centro – 2011.....	180
Mapa 07 – Uberlândia (MG) - Uso e ocupação do solo de todo o Bairro Centro – 2011.....	184
Mapa 08 – Uberlândia (MG) - Verticalização do Bairro Centro – 2011.....	186
Mapa 09 – Uberlândia (MG) – Áreas com uso residencial e misto do solo no Bairro Centro – 2011.....	197
Mapa 10 – Uberlândia (MG) - Áreas com uso público do solo no Bairro Centro – 2011.....	206
Mapa 11 – Uberlândia (MG) - Áreas com uso religioso do solo no Bairro Centro – 2011.....	209
Mapa 12 – Uberlândia (MG) - Áreas com lotes não ocupados, abandonados e/ou obras em construção no Bairro Centro – 2011.....	212

Mapa 13 – Uberlândia (MG) - Áreas com uso comercial e misto do solo no Bairro Centro – 2011.....	216
Mapa 14 – Uberlândia (MG) - Localização de todos os segmentos comerciais e de serviços no Bairro Centro – 2011.....	222
Mapa 15 – Uberlândia (MG) - Localização dos estacionamentos privados no Bairro Centro – 2011.....	227
Mapa 16 – Uberlândia (MG) - Localização das galerias, edifícios comerciais e camelódromos no Bairro Centro – 2011.....	232
Mapa 17 – Uberlândia (MG) - Localização das lojas de especialidades dos segmentos de vestuário, óticas e afins no Bairro Centro – 2011.....	236
Mapa 18 – Uberlândia (MG) - Localização das lojas de especialidades dos segmentos de drogarias, artigos odontológicos e afins no Bairro Centro – 2011....	238
Mapa 19 – Uberlândia (MG) - Localização de lojas de especialidades dos segmentos de papelarias, suprimentos de informática, equipamentos telefônicos, móveis e afins no Bairro Centro – 2011.....	241
Mapa 20 – Uberlândia (MG) - Localização das lojas de alimentação no Bairro Centro – 2011.....	245
Mapa 21 – Uberlândia (MG) - Localização das lojas de departamento no Bairro Centro – 2011.....	248
Mapa 22 – Uberlândia (MG) - Localização das lojas de desconto no Bairro Centro – 2011.....	252
Mapa 23 – Uberlândia (MG) - Localização dos supermercados e mercearias no Bairro Centro – 2011.....	255
Mapa 24 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços de saúde no Bairro Centro – 2011.....	258

Mapa 25 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços financeiros no Bairro Centro – 2011.....	261
Mapa 26 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços educacionais no Bairro Centro – 2011.....	264
Mapa 27 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços e lojas de estética e beleza no Bairro Centro – 2011.....	267
Mapa 28 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços de profissionais liberais e empresas de consultoria no Bairro Centro – 2011.....	269
Mapa 29 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços do setor de turismo no Bairro Centro – 2011.....	272
Mapa 30 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços automotivos no Bairro Centro – 2011.....	274
Mapa 31 – Uberlândia (MG) - Localização de outros serviços variados no Bairro Centro – 2011.....	276
Mapa 32 – Uberlândia (MG) - Localização dos imóveis sem uso no Bairro Centro – 2011.....	278
Mapa 33 – Uberlândia (MG) - Uso do solo no Bairro Fundinho – 2011.....	286
Mapa 34 – Uberlândia (MG) - Áreas de uso residencial e misto no Bairro Fundinho – 2011.....	293
Mapa 35 – Uberlândia (MG) - Áreas de uso comercial e misto no Bairro Fundinho – 2011.....	295
Mapa 36 – Uberlândia (MG) - Áreas de uso público e/ou de associações no Bairro Fundinho – 2011.....	297
Mapa 37 – Uberlândia (MG) - Áreas de uso religioso, verdes, em construção e sem uso no Bairro Fundinho – 2011.....	299

Mapa 38 – Uberlândia (MG) - Uso do solo no Bairro Lídice – 2011.....	302
Mapa 39 – Uberlândia (MG) - Áreas com uso residencial e misto no Bairro Lídice – 2011.....	307
Mapa 40 – Uberlândia (MG) - Áreas com uso comercial e misto no Bairro Lídice – 2011.....	310
Mapa 41 – Uberlândia (MG) - Áreas sem uso e/ou em construção no Bairro Lídice – 2011.....	313
Mapa 42 – Uberlândia (MG) - Áreas com demais usos no Bairro Lídice – 2011.....	315
Mapa 43 – Uberlândia (MG) - Uso do solo no trecho em estudo do Bairro Tabajaras – 2011.....	319
Mapa 44 – Uberlândia (MG) - Detalhamento de todos os segmentos comerciais e de serviços no Bairro Fundinho – 2011.....	323
Mapa 45 – Uberlândia (MG) - Localização das lojas de especialidades dos segmentos de vestuário, decoração e casa no Bairro Fundinho – 2011.....	327
Mapa 46 – Uberlândia (MG) - Localização das lojas de alimentação no Bairro Fundinho – 2011.....	330
Mapa 47 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços de saúde no Bairro Fundinho – 2011.....	332
Mapa 48 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços educacionais no Bairro Fundinho – 2011.....	334
Mapa 49 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços de profissionais liberais e empresas de consultoria no Bairro Fundinho – 2011.....	336
Mapa 50 – Uberlândia (MG) - Localização de imóveis sem uso no Bairro Fundinho – 2011.....	338

Mapa 51 – Uberlândia (MG) - Detalhamento de todos os segmentos comerciais e de serviços no Bairro Lídice – 2011	340
Mapa 52 – Uberlândia (MG) - Localização das lojas de especialidades dos segmentos de vestuário, decoração e casa no Bairro Lídice – 2011	342
Mapa 53 – Uberlândia (MG) - Localização das lojas de alimentação no Bairro Lídice – 2013.....	344
Mapa 54 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços de saúde no Bairro Lídice – 2011.....	346
Mapa 55 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços de profissionais liberais e empresas de consultoria no Bairro Lídice – 2011.....	348
Mapa 56 – Uberlândia (MG) - Localização de imóveis sem uso no Bairro Lídice – 2011.....	350
Mapa 57 – Uberlândia (MG) - Detalhamento de todos os segmentos comerciais e de serviços no trecho em estudo do Bairro Tabajaras – 2011.....	352
Mapa 58 – Uberlândia (MG) - Localização de serviços e comércios variados no trecho em estudo do Bairro Tabajaras – 2011.....	355
Mapa 59 – Uberlândia (MG) - Uso do solo na Avenida Francisco Galassi – 2010.....	385
Mapa 60 – Uberlândia (MG) - Uso do solo na Avenida Francisco Galassi – 2013.....	387
Mapa 61 – Uberlândia (MG) - Localização de todos os segmentos comerciais e de serviços na Avenida Francisco Galassi – 2010.....	392
Mapa 62 – Uberlândia (MG) - Localização de todos os segmentos comerciais e de serviços na Avenida Francisco Galassi – 2013.....	397

Mapa 63 – Uberlândia (MG) - Uso do solo no trecho I da Avenida Nicomedes Alves dos Santos – 2010.....	406
Mapa 64 – Uberlândia (MG) - Uso do solo no trecho I da Avenida Nicomedes Alves dos Santos – 2010.....	407
Mapa 65 – Uberlândia (MG) - Uso do solo no trecho I da Avenida Nicomedes Alves dos Santos – 2013.....	411
Mapa 66 – Uberlândia (MG) - Uso do solo no trecho II da Avenida Nicomedes Alves dos Santos – 2013.....	412
Mapa 67 – Uberlândia (MG) - Localização de todos os segmentos comerciais e de serviços no trecho I da Avenida Nicomedes Alves dos Santos – 2010.....	414
Mapa 68 – Uberlândia (MG) - Localização de todos os segmentos comerciais e de serviços no trecho II da Avenida Nicomedes Alves dos Santos – 2010.....	415
Mapa 69 – Uberlândia (MG) - Localização de todos os segmentos comerciais e de serviços no trecho I da Avenida Nicomedes Alves dos Santos – 2013.....	419
Mapa 70 – Uberlândia (MG) - Localização de todos os segmentos comerciais e de serviços no trecho II da Avenida Nicomedes Alves dos Santos – 2013.....	420
Mapa 71 – Uberlândia (MG) - Localização das novas áreas passíveis de verticalização na Zona Sul – 2014.....	430
Mapa 72 – Uberlândia (MG) - Localização da área de intervenção proposta – 2014.....	470
Mapa 73 – Uberlândia (MG) - Caracterização da atividade comercial do Bairro Centro – 2014.....	493

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	4
CAPÍTULO 1 – O IMPACTO DA SOCIEDADE DO CONSUMO NO COMÉRCIO	11
1.1 A sociedade do consumo.....	12
1.2 Novos estilos de vida.....	25
1.3 Novas formas de consumo.....	29
1.4 O comércio na sociedade de consumo.....	44
1.5 Definições e classificações do comércio.....	55
1.6 Novos formatos comerciais.....	67
CAPÍTULO 2 – CENTRO E CENTRALIDADE NA CONTEMPORANEIDADE	80
2.1 As dinâmicas da área central.....	81
2.2 As intervenções nas áreas centrais.....	85
2.3 As transformações da área central de Lisboa.....	103
2.4 O comércio da Baixa de Lisboa.....	111
2.5 As transformações da área central de São Paulo.....	128
2.6 As estratégias de intervenção urbana na área central de São Paulo.....	142
CAPÍTULO 3 - O BAIRRO CENTRO DE UBERLÂNDIA	151
3.1 Introdução.....	152
3.2 Metodologia adotada no levantamento de dados.....	156
3.3 Formação do Bairro Centro.....	162
3.4 Configuração atual do uso e ocupação do solo do Bairro Centro.....	167

3.5 Análise da dinâmica comercial do Bairro Centro.....	217
CAPÍTULO 4 – O ENTORNO DO BAIRRO CENTRO.....	279
4.1 Introdução.....	280
4.2 Uso e ocupação do solo e estrutura comercial do entorno do Bairro Centro.....	282
4.2.1 Uso e ocupação do solo no Fundinho.....	283
4.2.2 Uso e ocupação do solo no Lídice.....	300
4.2.3 Uso e ocupação do solo no Tabajaras.....	316
4.2.4 Estrutura comercial no Fundinho.....	320
4.2.5 Estrutura comercial no Lídice.....	339
4.2.6 Estrutura comercial no Tabajaras.....	351
CAPÍTULO 5 – O SURGIMENTO DE UMA NOVA CENTRALIDADE – A ZONA SUL DE UBERLÂNDIA.....	356
5.1 Introdução.....	357
5.2 A urbanização da Zona Sul de Uberlândia.....	361
5.3 A Avenida Francisco Galassi.....	382
5.3.1 A dinâmica comercial na Avenida Francisco Galassi.....	388
5.4 A Avenida Nicomedes Alves dos Santos.....	398
5.4.1 A dinâmica comercial na Avenida Nicomedes Alves dos Santos.....	413
CAPÍTULO 6 – PROPOSTAS PARA REJUVENESCER UM VELHO CENTRO.....	421
6.1 Introdução.....	422
6.2 O desenvolvimento do setor imobiliário residencial.....	423

6.2.1 Propostas para o melhor desenvolvimento do setor imobiliário residencial no Bairro Centro.....	432
6.3 A estrutura do comércio de rua e a evolução do setor de serviços.....	437
6.3.1 Propostas para a melhoria da estrutura do comércio de rua e serviços do Bairro Centro.....	454
6.4 A utilização dos espaços públicos e as novas formas de lazer.....	480
6.4.1 Propostas para melhor utilização dos espaços públicos e aumento das atividades de lazer no Bairro Centro.....	484
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	489
BIBLIOGRAFIA.....	499

INTRODUÇÃO

A cidade de Uberlândia vem passando por um intenso processo de transformação do espaço urbano, em especial nas últimas duas décadas. Os dados do Censo Demográfico do IBGE de 1991 apontam que o município contava com 367 mil habitantes e, no de 2010, chegou a 604 mil, quase dobrando sua população e, conseqüentemente, sofrendo todas as pressões desencadeadas por esse rápido crescimento.

Para comportar esse aumento populacional a cidade se expandiu, novos bairros e loteamentos foram criados, houve uma consolidação do processo de verticalização e verificou-se um forte incremento do setor comercial. Embora esse crescimento urbano acontecido em todas as regiões da cidade, ora com maior intensidade em determinado setor, ora em outro, poucas vezes foi acompanhado por um planejamento público eficiente, tendo ocorrido em geral de acordo com os interesses dos agentes imobiliários em parceria com as elites políticas dominantes na região.

A escolha do tema deste trabalho justifica-se devido à importância de se analisar o processo de expansão urbana que vem ocorrendo nos municípios de médio porte no Brasil, fruto da inserção destas cidades na economia nacional e mundial, o que acarretou grandes transformações na sua área central e a busca por novas áreas no território para a expansão imobiliária.

No caso de Uberlândia, a recente valorização espacial pelo qual tem passado a produção social do espaço urbano na Zona Sul da cidade, ainda apenas uma fase inicial desse processo, vem gerando mudanças que têm contribuído para a alta no preço dos terrenos e para a “euforia imobiliária” entre os incorporadores que induzem cada vez mais a valorização da área e vendem uma imagem de

rentabilidade e de retorno seguro aos investidores de diferentes segmentos e de diferentes potenciais.

Para consolidar este setor da cidade, o Poder Público desenvolveu nas últimas décadas uma série de melhorias na sua infraestrutura básica, além de alterações na legislação de uso e ocupação do solo, de forma a permitir que a iniciativa privada, em especial os agentes imobiliários e econômicos, realizassem seus investimentos, os quais atraíram inicialmente uma população de maior poder aquisitivo e depois uma atividade comercial que atendesse a demanda desta população, cuja referência anterior era a área central da cidade. Mais recentemente, focaram também novos grupos emergentes.

Diante desse quadro, este trabalho buscou entender se há de fato uma saturação e eventual decadência da área central da cidade em função dos processos espaciais pelos quais vem passando nos últimos anos, assim como se tem verificado nas principais regiões metropolitanas do Brasil.

A motivação principal para a realização deste trabalho foi o interesse pessoal em compreender a dinâmica das áreas centrais como um todo, após desenvolver outros estudos sobre este setor da cidade em grandes capitais, como São Paulo, Rio de Janeiro, Buenos Aires, Barcelona e Lisboa, onde invariavelmente houve um processo de decadência, seguido de uma série de intervenções públicas e privadas, com resultados diversos para cada localidade.

Porém, após anos examinando o tema, verificamos uma falta de estudos, em especial no caso brasileiro, sobre a realidade das áreas centrais das cidades médias, em especial naquelas que se encontram em transição, cujo forte crescimento nas últimas décadas indica o surgimento em médio prazo de cidades do interior com mais de um milhão de habitantes e áreas de influência cada vez

maiores. Daí o interesse em estudar o Centro da cidade de Uberlândia para entender se as dinâmicas se assemelham ou não às das grandes cidades.

Assim, este trabalho tem como hipótese verificar se o surgimento de uma nova centralidade na Zona Sul da cidade é um fator desencadeador de um processo de abandono e degradação do Bairro Centro de Uberlândia, tanto do ponto de vista de seu uso residencial como comercial, tal como verificado nas grandes cidades brasileiras nas últimas décadas.

Portanto, o objetivo principal deste trabalho é analisar os espaços de consumo da área central e Zona Sul da cidade, sob a ótica da moradia, do comércio, dos serviços e das áreas de lazer. Complementarmente, os objetivos secundários foram orientados no sentido de:

- levantar e mapear o uso e ocupação do solo dos Bairros Centro, Fundinho, Lídice e Tabajaras, bem como dos dois principais eixos viários da Zona Sul de Uberlândia, as Avenidas Francisco Galassi e Nicomedes Alves dos Santos;
- identificar e mapear a estrutura comercial dos mesmos setores;
- analisar a evolução da legislação de uso e ocupação do solo nesses setores e quais os impactos no desenvolvimento urbano ocorrido nas últimas décadas nessas regiões.

Para alcançar tais objetivos, inicialmente foi realizada uma revisão teórica a partir de levantamentos bibliográficos de teses, dissertações, trabalhos de conclusão de curso, artigos científicos e jornalísticos, entre outras fontes, com a finalidade de obter um maior embasamento teórico-conceitual acerca dos temas tratados neste trabalho.

Em seguida foi feita uma extensa pesquisa de campo na qual se realizou todo um levantamento do uso e ocupação do solo e posteriormente a identificação da

estrutura comercial de toda a área de estudo, identificando a situação lote a lote, utilizando sempre como referência os mapas georreferenciados de Uberlândia disponibilizados pela Secretaria de Planejamento Urbano do município através do programa UDIGIS Online.

Esses levantamentos foram realizados em dois períodos distintos: o primeiro entre outubro de 2010 e novembro de 2011 em todas as regiões analisadas; e o segundo em outubro de 2013, somente na Zona Sul, com o objetivo de verificar as mudanças nesse intervalo temporal. Após a tabulação dos dados foram elaborados mapas que representam as informações coletadas por meio da observação direta, realizada com a visita *in loco*¹ às ruas selecionadas.

Para a elaboração deste levantamento adotou-se como referência a divisão de bairros estipulada pela legislação de uso e ocupação de solo em vigência. Desta forma, durante todo o trabalho serão adotadas diferentes terminologias para se referir a objetos distintos do território urbano. Quando fazemos referência ao Bairro Centro, estamos tratando do apenas do bairro que leva este próprio nome, que é o núcleo central (*Core, Central Business District* ou CDB) da área central, conforme apontado por Corrêa (1995). Por outro lado, quando fazemos referência à zona periférica do centro (ZPC), estamos tratando apenas daquela zona objeto deste estudo, que é composta pelos Bairros Fundinho, Lídice e Tabajaras. E naquelas situações que fazemos referência à expressão “Zona Central”, aí sim estamos tratando da área central como um todo, que na cidade de Uberlândia é composta por 11 bairros, incluindo a ZPC e o CDB.

¹ Optou-se pela realização deste extenso levantamento, que demandou tempo e um grande esforço, uma vez que foi realizado pessoalmente visitando todas as ruas de cada bairro, a fim de obter um quadro mais realístico e atual possível da realidade local, evitando-se utilizar dados secundários não atualizados. A metodologia específica adotada neste trabalho de campo é detalhada no Capítulo 3 da tese.

No caso da Zona Sul de Uberlândia, a análise ocorreu apenas em um setor da mesma², tendo sido realizados levantamentos apenas nos dois eixos viários onde havia, no ano de 2010, uma atividade comercial ainda incipiente e que fazem ligação direta com a Zona Central: as Avenidas Francisco Galassi e Nicomedes Alves dos Santos.

Essa escolha tem uma razão metodológica. A primeira é que cada um desses bairros possui um zoneamento urbano próprio que confere a eles características únicas do ponto de vista do uso e ocupação do solo, as quais precisam ser compreendidas separadamente. A segunda é a escolha da ZPC a ser estudada, que se deu por serem os bairros que fazem a transição entre o Bairro Centro e a Zona Sul da cidade e por possuir características que, de certa forma, se assemelham a ambos os setores, tendo os demais bairros desta ZPC características totalmente distintas.

Por fim, mas não menos importante, a análise realizada do Bairro Centro, cujo detalhamento, até mesmo por sua complexidade, é mais profunda e detalhada, nos permitiu alcançar uma especificidade, inclusive com a produção de uma série de mapas em escala de lote a lote, que não seria possível se reproduzir tomando a Zona Central como um todo.

Todo o levantamento do uso e ocupação do solo e da estrutura comercial foi realizado entre o primeiro semestre de 2010 e o segundo semestre de 2011; e refeito novamente, apenas para a Zona Sul de Uberlândia, no segundo semestre de 2013, com o objetivo específico de mostrar tanto a rápida evolução urbana como comercial deste setor da cidade.

² A delimitação deste setor e as razões para escolha do mesmo são detalhadas no Capítulo 5 da tese.

A presente pesquisa encontra-se estruturada em seis capítulos. O primeiro destina-se à fundamentação teórico-conceitual sobre o impacto da sociedade do consumo no comércio, sendo destacada a evolução do consumo, a partir da sociedade industrial e os novos estilos de vida na contemporaneidade, bem como a evolução do comércio e dos formatos comerciais.

No segundo capítulo são abordadas as questões relativas ao centro e centralidade na sociedade contemporânea, as diversas formas de intervenções nas áreas centrais e apresentados dois exemplos de gestão dessas áreas, relativas às cidades de Lisboa e São Paulo.

No terceiro capítulo é apresentada a dinâmica urbana do Bairro Centro de Uberlândia, no que se refere tanto à sua formação e configuração atual do uso e ocupação do solo, como uma análise detalhada de sua dinâmica comercial.

No quarto e quinto capítulos são realizadas as mesmas análises do capítulo anterior, porém, referentes respectivamente ao entorno do Bairro Centro e à parte da Zona Sul de Uberlândia.

No sexto e último capítulo é feita uma análise sob a ótica da moradia, do comércio, dos serviços e das áreas de lazer de todos os bairros analisados anteriormente e são apresentadas propostas para uma melhoria da qualidade urbana e ambiental do Bairro Centro, bem como um aperfeiçoamento na experiência dos usuários que o frequentam diariamente.

CAPÍTULO 1 – O IMPACTO DA SOCIEDADE DO CONSUMO NO COMÉRCIO

1.1 A SOCIEDADE DO CONSUMO

A partir do século XIX inúmeras inovações tecnológicas e invenções, como a máquina a vapor de James Watt, deram origem à denominada Primeira Revolução Industrial, que transformou radicalmente a sociedade. Surgiram novos métodos de produção que modificaram completamente a estrutura social e comercial da época, provocando profundas mudanças de ordem econômica, política e social.

Com a introdução dessas novas tecnologias, a produção ganhou um grande impulso e o trabalho humano começou a ser substituído pelas máquinas, gerando mudanças na estrutura produtiva. A partir do desenvolvimento do sistema fabril, os artesãos e suas pequenas oficinas tenderam a desaparecer, cedendo lugar aos operários e às fábricas que eram regidas por uma nova divisão do trabalho.

Na medida em que as indústrias apareciam, as pessoas abandonavam o campo e se direcionavam aos núcleos urbanos, que se aglomeravam em áreas próximas às fábricas. Em todos os aspectos, começou a ser definido um considerável controle capitalista sobre quase todos os ramos da atividade econômica, enquanto o trabalhador perdia o controle sobre o processo produtivo.

A segunda metade do século XIX foi caracterizada pelo surgimento de outras técnicas mais modernas, e a utilização de novos materiais deu início à Segunda Revolução Industrial. Dentre elas podemos destacar o processo Bessemer de transformação de ferro em aço, que inaugurou a siderurgia moderna (1856), o uso da eletricidade como força motriz da indústria a partir do aperfeiçoamento do dínamo (1873) e a invenção do motor a combustão interna por Daimler, no mesmo ano.

No âmbito das relações sociais do capitalismo, a tecnologia, a partir da vitória do sistema de fábricas, além de ter representado uma estratégia de controle do capitalismo sobre a produção, tornou-se, pelas próprias determinações do mercado, o veículo pelo qual o capital encontrou possibilidades para a sua produção. (DECCA, 1991, p. 70)

Na década de 1920, Henry Ford desenvolve a técnica de produção das linhas de montagem em série, processo conhecido como Fordismo, que, aplicando os conhecimentos do Taylorismo, cujo foco era a eficiência do trabalho de forma a fazer as tarefas de modo mais inteligente e com a máxima economia de esforço, permitiu uma elevação significativa da produtividade e ao mesmo tempo a redução dos custos, possibilitando aumentar a escala de produção e criar um novo mercado consumidor.

Concomitante a esse processo, a fusão do capital industrial ao financeiro originou o novo mundo das finanças, deflagrando o Capitalismo Financeiro, cuja consequência primeira foi a criação de grandes conglomerados econômicos e a consolidação de um novo sistema bancário.

Por outro lado, essa primeira metade do século XX também ficou marcada pelos eventos que levaram a grandes perdas tanto humanas como econômicas, como a Primeira Guerra Mundial (1914-1918), seguida da quebra da Bolsa de Nova Iorque (1929), da grande depressão que sucedeu nos anos seguintes e finalmente da eclosão da Segunda Guerra Mundial (1939-1945).

Entretanto, enquanto a economia se retraía nesse período, no qual os esforços de guerra exigiam grandes sacrifícios tanto por parte da população como dos governos, os avanços nos campos técnicos e científicos decorrentes da indústria da guerra viriam a ser adaptados posteriormente para o uso civil, com o fim da Grande Guerra em 1945.

Além disso, todo o esforço de reconstrução de uma Europa devastada pela guerra viria a impulsionar o crescimento mundial na segunda metade do século XX, e, apoiado pelos recursos financeiros aportados pelo Plano Marshall, resultou num incrível crescimento econômico nos cinco primeiros anos do pós-guerra.

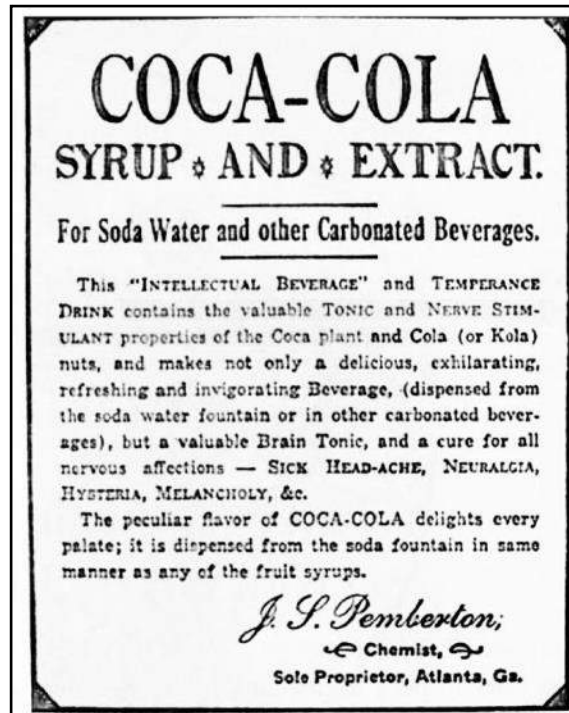
Para diversos autores, como Baudrillard (1981), Bauman (1989; 2007), Featherstone (1995) e Lipovetsky (1989; 2007), nesse período pós-guerra é que se consolida a sociedade do consumo de massa. Porém as origens do mercado de massa tiveram início já a partir da Segunda Revolução Industrial, período que Lipovetsky (2007, p.24) classifica como a Fase I da era de consumo de massa.

O capitalismo de consumo não nasceu automaticamente de técnicas industriais capazes de produzir em grande série produtos estandardizados, mas foi também uma construção cultural e social que exigiu a educação dos consumidores e necessitou do espírito visionário de empresários criativos, a mão visível dos gestores.

A fabricação de produtos em grande escala, inicialmente composta por produtos mais simples, como caixas de fósforos e sabonetes, e depois por produtos mais elaborados como os automóveis, cujo modelo Ford T é o que melhor representa esse novo modo de produção, esbarrava ainda na limitação do mercado consumidor existente, ficando restrita à pequena classe burguesa emergente e à aristocracia da época.

É nesse período que se forma o consumidor moderno. Se antes os produtos normalmente eram comercializados a granel e todo o esforço de venda era concentrado no vendedor, com a produção em massa dos produtos surgem embalagens, marcas e o *marketing*. Assim, pela primeira vez o consumidor passava a consumir não apenas um produto, mas também um nome. Marcas centenárias como a Coca-Cola, a Heinz, a Procter & Gamble iniciam suas campanhas de publicidade nessa época. A primeira propaganda da Coca-Cola data de 1886 e foi realizada no Atlanta Journal, ainda na forma de anúncio em texto.

Figura 01 – Primeiro anúncio da Coca-Cola



Fonte: Yesterday's Papers. Disponível em <<http://www.john-adcock.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 02 fev. 2014.

O novo modelo de produção também exigia novas formas de comercialização, uma vez que as grandes feiras e mercados, bem como os pequenos comerciantes, já não davam vazão à grande quantidade de produtos ofertados. Daí surge a primeira grande superfície comercial dos tempos modernos, os grandes armazéns (Europa) ou lojas de departamentos (Estados Unidos). Ainda na primeira metade do século XIX são fundados os Printemps e Le Bon Marché na França e Macy's e Bloomingdale's nos Estados Unidos.

As lojas de departamento introduziram diversas inovações no comércio, entre elas a especialização por setores (departamentos) e o preço estabelecido de antemão, exposto junto à mercadoria. Embora já presentes nas galerias, a associação entre compra e entretenimento vai atingir níveis magníficos nas lojas de departamento, como no caso da Jordan Marsh, de Boston, onde barcos a vela eram expostos num enorme tanque aquático (GARREFA, 201, p. 39-40).

Normalmente localizadas em prédios monumentais, utilizavam-se de decorações luxuosas e adotavam técnicas que são usadas até hoje, como a

montagem de vitrines e técnicas de iluminação, buscando sempre estabelecer uma atmosfera propícia à compra, criando, dessa forma, aquilo que Lipovetsky (2007, p. 28) denominaria de consumo-sedução ou consumo-distração.

Portanto, essa primeira fase do consumo de massa é caracterizada pela produção em série de produtos industriais em substituição aos artesanais, tanto de bens manufaturados como de alimentícios, beneficiando-se do surgimento de novas embalagens e da consolidação das marcas, além de novos formatos comerciais para sua distribuição. Porém, é um consumo que ainda se restringe a uma camada de maior poder aquisitivo da população e que viria a se estagnar em função das grandes guerras mundiais e da grande depressão.

A segunda fase do consumo de massa moderno inicia-se, para Lipovetsky (2007), no período pós-guerra e se estende até o início dos anos 1980. Essa fase se caracteriza principalmente pela entrada de um grande contingente de consumidores, pelo aumento na produtividade do trabalho e pela consolidação das leis trabalhistas em nível mundial, gerando um ganho significativo do poder de compra do trabalhador, que o direciona para a compra, tanto de bens de consumo imediato, como duráveis.

É o novo consumo de bens duráveis que define essa fase: o automóvel, a televisão e os eletrodomésticos passam a ser os objetos de desejo da maior parte das famílias, as quais, à medida que reduziam o peso das despesas com alimentação de seu orçamento, aumentavam o consumo de tais bens. Também contribuiu de forma significativa para o incremento do consumo de bens duráveis a difusão do crédito, que possibilitou sua aquisição sem que o consumidor comprometesse toda a sua renda.

Esse aumento da base de consumidores também foi acompanhado por novas formas de distribuição, em especial em relação aos bens de consumo imediato, cuja principal inovação foi a introdução do autosserviço que surgiu junto aos supermercados e, posteriormente, aos hipermercados, onde o próprio cliente escolhe sua mercadoria sem a necessidade de um intermediário, o vendedor.

Para o autor, tal época também é caracterizada pelo que ele denomina “conspiração da moda”, período em que as empresas buscam encurtar o tempo de vida das mercadorias, procurando vender outros produtos similares de modelos e estilos diferentes. Assim elas colocam no mercado cada vez mais novidades com uma frequência maior, de forma a tornar um determinado objeto obsoleto o mais rápido possível.

É a generalização do processo de moda que a define propriamente. A sociedade centrada na expansão das necessidades é, antes de tudo, aquela que reordena a produção e o consumo de massa sob a lei da obsolescência, da sedução e da diversificação, aquela que faz passar o econômico para a órbita da forma moda (LIPOVETSKY, 1989, p. 159).

Nesta segunda fase verificamos uma dinâmica de comercialização dos produtos que fez do consumo um estilo de vida, criando um desejo crônico pelos bens comercializados, uma paixão pelo novo e um modo de vida regido pelos valores materialistas. Podemos afirmar que esta fase é caracterizada pelos símbolos e pela consolidação da publicidade, que estimula as satisfações imediatas e cria modelos e estilos de vida a serem seguidos pela sociedade.

Neste sentido, Baudrillard (1981) destaca a importância do significado que as mercadorias podem ter para o sujeito no cotidiano. Para ele, já não consumimos objetos, mas somente signos. Desta forma, ele cria o conceito de mercadoria-signo, e o define como a incorporação de uma vasta gama de associações imaginárias e

simbólicas aos produtos, com o objetivo de deixá-los mais atraentes para o consumidor.

Em outras palavras, Baudrillard dizia que na segunda fase do consumo de massa moderno os consumidores estavam mais interessados no significado que determinada mercadoria poderia ter, do que efetivamente na funcionalidade que esse produto tinha. A respeito da importância que o significado adquire, o autor aponta que:

Raros são os objetos que hoje se oferecem isolados, sem o contexto de objetos que os exprimam. Transformou-se a relação do consumidor ao objeto: já não se refere a tal objeto na sua utilidade específica, mas ao conjunto de objetos na sua significação total. A máquina de lavar roupa, o frigorífico, a máquina de lavar louça, etc., possuem um sentido global e diferente do que têm individualmente como utensílios (Idem, 1981, p. 17).

Para o autor as relações no período estavam baseadas no consumo e os homens já não se encontravam rodeados de outros homens, mas sim de objetos, dada a abundância de produtos existentes. É nessa lógica consumista que Baudrillard acredita que a imagem desempenha um papel fundamental, sendo a publicidade uma das principais ferramentas que possibilitaram o aumento do contato com a diversidade de produtos lançados a cada dia.

Neste sentido, a simples sociedade do consumo dá lugar à complexa cultura do consumo, que passa a ser reconhecido como um processo comunicativo. Para Baudrillard (1981), os indivíduos desenvolveram formas complexas de utilizar os objetos para produzir sentido, identificarem-se e relacionarem-se socialmente através deles, ao mesmo tempo em que reinventaram novas formas de troca e diferenciação social.

Outro autor, Bauman (1999), aponta que a sociedade contemporânea funciona a partir de uma norma que considera importante, ou seja, a capacidade e

vontade de seus membros serem bons consumidores, em oposição ao modelo do início da Revolução Industrial, que era uma sociedade de produtores.

Para ele, os nossos antepassados se perguntavam se o homem trabalhava para viver ou vivia para trabalhar. A sociedade de hoje vive um dilema diferente, se é necessário consumir para viver ou se o homem vive para poder consumir. Afirma ainda que o desejo de consumo é o que prevalece nos dias atuais, mas ao mesmo tempo nada deve ser abraçado com força por um consumidor, nada deve exigir um compromisso maior, nenhuma necessidade deve ser vista como inteiramente satisfeita e nenhum desejo, como um último.

Em uma sociedade de consumidores todos têm que ser, devem ser e necessitam ser “consumidores de vocação”, melhor dizendo, considerar e tratar o consumo como uma vocação. Nesta sociedade, o consumo como vocação é um direito humano universal e uma obrigação humana universal que não admite exceções. Neste sentido, a sociedade de consumidores não reconhece diferenças de idade ou gênero, nem tampouco as tolera, nem reconhece diferenças de classes (Idem, 2007. p. 81).

Porém, para Lipovetsky (2007), nos dias atuais já vivemos a fase III da sociedade do consumo, a qual ele denomina sociedade do hiperconsumo. Nesta etapa, o apogeu do consumo não tem a ver com o signo diferencial, mas com o valor experimental.

Entramos no universo do hiperconsumo quando o gosto pela mudança se difundiu universalmente, quando o desejo pela moda ultrapassou a esfera da indumentária, quando a paixão pela renovação adquiriu uma espécie de autonomia que torna secundárias as lutas de concorrência pelo *status*, as rivalidades miméticas e outras febres conformistas (Idem, 2007, p. 38).

Nesta fase não é tanto a imagem social e o tornar-se notado que interessa, mas o imaginário da marca. Quanto mais reduzido se torna o valor do *status* no consumo, mais aumenta o poder de orientação do valor imaterial das marcas. Vivemos, assim, um momento no qual o fetichismo das marcas, o luxo e o individualismo tornam-se o cerne do novo modelo de consumo.

Embora o desejo de se diferenciar dos demais ou de exibir uma determinada posição na sociedade por meio dos objetos que consumimos não tenha desaparecido, a busca pelas marcas superiores tem como objetivo, de acordo com o autor, o prazer narcisista de sentir uma distância relativa do comum, usufruindo de uma imagem positiva de nós próprios e para nós próprios, ou seja, uma exacerbação do individualismo.

Na sociedade democrática de hiperconsumo, cada um tende a aspirar àquilo que há de melhor e mais belo, a contemplar os produtos e as marcas de qualidade. Uma vez que os modos de socialização já não encerram os indivíduos em universos estanques, toda a gente considera ter direito à excelência e ambiciona viver melhor e nas melhores condições (LIPOVETSKY, 2007, p. 38).

Ao mesmo tempo, alguns novos produtos tomam o lugar de outros como objetos de referência. Se há alguns anos o objeto de desejo de uma grande parte dos jovens era o automóvel, um produto de alto valor agregado e de acesso a uma parcela menor da população, especialmente aqui no Brasil, que os diferenciava dos demais, hoje um telefone celular de última geração (*smartphone*), um produto de valor bem mais acessível, pode colocá-los em outro patamar, em igualdade com outros grupos sociais, independentemente de sua classe social e gênero e, ao mesmo tempo, há possibilidade de uma personalização deste artigo (capas, ringtones, aplicativos etc.) que o diferencia dos demais.

Mas a sociedade de consumo não se resume à subida rápida do nível médio de vida: há também todo um ambiente de estimulação dos desejos, a euforia publicitária, a imagem luxuriante das férias, a sexualização dos símbolos e dos corpos. Trata-se de um tipo de sociedade que substitui a coerção pela sedução, o dever pelo hedonismo, a poupança pela despesa, a solenidade pelo humor, o recalamento pela libertação, as promessas do futuro pelo presente (LIPOVETSKY, 2007, p. 28).

Já para Sennett (2006), o consumidor atual encontra-se sempre ávido por novidades e possui um grande desapego em relação aos seus próprios objetos, sendo capaz de descartar bens antigos, mesmo que estes estejam ainda em

condições de uso, sem grandes remorsos. Esse desapego, incentivado pela supervalorização de tudo que é novo, leva o autor a introduzir o conceito de “paixão consumptiva” como uma nova característica do consumidor contemporâneo. Para ele, o desejo por aquele objeto que a pessoa não possui é maior do que de fato possuir o objeto de consumo e, quanto mais inacessível for este objeto, maior será o desejo.

Em função desse desejo constante pelo novo, a indústria vem trabalhando com os conceitos de motor da moda e obsolescência planejada. O primeiro conceito está ligado diretamente à influência que o *marketing*, a publicidade e os meios de comunicação exercem sobre os consumidores.

Pela inovação constante da moda, as empresas estão sempre incentivando os consumidores a buscarem a mais recente novidade. O conceito de motor da moda pode ser visto de forma clara no segmento de vestuário em geral: semanas de moda acontecem durante todo o ano em todos os cantos do planeta, sempre introduzindo algum “conceito” novo, amplamente divulgado tanto pelas inúmeras revistas especializadas, como pela mídia em geral.

Quanto ao segundo conceito, de obsolescência planejada, é uma estratégia adotada pela indústria, de criar produtos que são feitos para ter uma vida útil menor. Utilizam-se para isso duas estratégias distintas, a primeira por meio do uso de materiais de qualidade inferior e mais baratos e a segunda, pelo lançamento de modelos novos e “mais modernos” de tempos em tempos, sendo que o período de lançamento tem sido cada vez mais curto, incentivando o consumidor a descartar o “antigo” e comprar o “novo” numa frequência que aumenta gradativamente. Tais conceitos são semelhantes ao de “conspiração da moda” utilizado por Lipovetsky (2007) e citado anteriormente.

Um bom exemplo de como funciona a paixão consumptiva nos dias atuais pode ser aplicado aos *smartphones*, como o da marca Apple. Em 2010 a empresa de mesmo nome, detentora da marca, assumiu, de acordo com a revista Forbes, o posto de marca mais valiosa do mundo, e nos últimos três anos mantém a posição.

Os *smartphones* Apple, conhecidos como Iphones, são um dos objetos de consumo mais desejados no mundo, estando continuamente na moda em qualquer que seja a classe social analisada. O primeiro produto foi lançado no ano de 2007, como Iphone, e no ano de 2013 já se encontrava em sua sétima geração, o Iphone 5S, sendo que a cada ano foi lançado um modelo em substituição ao anterior, apresentando sempre alguma inovação tecnológica ou estética.

A cada lançamento a expectativa dos consumidores fiéis ao produto, bem como daqueles que ainda não o possuíam, só aumentava. Com um *marketing* bastante preciso, iniciam-se as vendas em lojas próprias, por meio de campanhas específicas, onde muitos futuros proprietários acampavam por dias na expectativa de serem os primeiros a adquirir o novo produto. Após um determinado período, passam também a oferecer o produto por meio de lojas e operadoras telefônicas parceiras para alcançar um público ainda maior.

Somente no primeiro final de semana do lançamento do penúltimo modelo, em 2012, a empresa vendeu cerca de cinco milhões de aparelhos, enquanto no último lançamento, em 2013, alcançou a incrível marca de nove milhões de Iphones vendidos, também no primeiro final de semana de seu lançamento.

Além do telefone, a empresa vende uma série de acessórios para cada modelo e também dispõe de uma loja virtual para venda de aplicativos e conteúdos multimídia, de uso restrito aos usuários desta plataforma (a qual utiliza um sistema operacional exclusivo), que aumenta ainda mais o processo de fidelização à marca.

Isso sem contar os demais produtos associados ao Iphone, como o computador pessoal, o *tablet*, o tocador de músicas digital e uma série outros acessórios que, assim como o telefone, passam por constantes atualizações.

E por se tratar de um produto cuja interface de comunicação é própria e exige que o usuário se fidelize a ela para uma integração total, em muitos casos toda a família acaba adquirindo o produto, o qual, se trocado a cada novo lançamento, representa para uma família de três pessoas fiéis à marca e ávidas pela novidade, pelo menos 21 trocas nos últimos sete anos; sem contar os demais aparelhos, o que poderia aumentar significativamente esse número.

Outra estratégia que vem sendo adotada pelas empresas para satisfazer o desejo por novidades é a adoção de lojas efêmeras. São criadas lojas com prazo de validade determinado, normalmente localizadas nas grandes cidades, em algum local de maior destaque, oferecendo em geral uma coleção desenvolvida exclusivamente para o empreendimento. Cria-se assim o desejo nos consumidores, ainda potencializado pelo fato de este saber que é uma oportunidade singular de adquirir um produto que o diferenciará dos demais, quer seja pela posse do produto em si, quer seja pela oportunidade de participar de uma experiência única.

Tal modelo de empreendimento não possui um prazo de permanência fixo, podendo durar de algumas horas a até mesmo um ano, mas sempre é lançado com um período determinado de duração. Em muitos casos está relacionado a outro evento ou temática específica, como o período de Natal, o verão, alguma comemoração, algum grande evento como uma semana de moda etc. Um exemplo desse tipo de empreendimento é relatado pelo jornal luso *Público*, no ano de 2011:

Primeiro foi o lançamento, há três anos, pelo actor norte-americano John Malkovich de uma linha de roupa masculina, Technobohemian, em parceria com o *designer* de moda italiano Ricardo Rami. A marca apresentou-se como obedecendo a um estilo *dandy* boémio "para homens ancorados no espírito do século XXI". Agora, o actor inaugurou uma loja efêmera para os

dias que antecedem este Natal, à qual deu o nome Opificio JM. Terá as portas abertas até 24 de Dezembro no Bairro do Marais, em Paris, França, e propõe também uma selecção de produtos de luxo da Toscana, roupa de casa, jóias e perfumes seleccionados pelo próprio. É uma loja conceptual onde Malkovich apresentará a sua colecção para a Primavera-Verão 2012 (JORNAL PÚBLICO. Lisboa, 19 dez. 2011).

Variante desse modelo de empreendimento foi adotada pela empresa multinacional de origem sueca Electrolux, que, com o objetivo de mostrar seus produtos conceituais e oferecer experiências únicas e exclusivas a seus consumidores, abriu um restaurante efêmero chamado *The Cube*, que circula por diversas cidades divulgando a marca.

O projeto, moderno e futurista, do efêmero restaurante conceito *The Cube* é uma iniciativa da empresa Electrolux que conjuga *design* e alta gastronomia ancorado ao objetivo de evidenciar as inovações de ponta da marca (Blog Best of Life. Disponível em <<http://www.bestoflife.com.br>>. Acesso em: 03 out. 2012).

Concebido como um restaurante de alta gastronomia, convida chefes locais que receberam indicações ao prêmio Michelin, principal referência de classificação de restaurantes em nível mundial, e oferece, durante um período predeterminado, refeições exclusivas em um ambiente único com capacidade para até 20 pessoas.

Foto 01 – Restaurante efêmero The Cube – Projeto Electrolux em Londres – 2011



Fonte: Sítio eletrônico da Electrolux. Disponível em <<http://www.electrolux.co.uk/Cube/London>>. Acesso em: 10 out. 2013.

1.2 NOVOS ESTILOS DE VIDA

Se por um lado a sociedade do hiperconsumo caracteriza-se principalmente por ser emocional e subjetiva, por outro lado as mercadorias consumidas adquirem um novo perfil, oferecendo aos consumidores não só o simples *status* proporcionado pelo próprio produto, mas sim um estilo de vida específico.

Vivemos o momento em que o consumo é voltado muito mais para satisfazer as próprias necessidades. De acordo com Lipovetsky (1989), o consumo para “si” suplantou o consumo para o “outro”, em sintonia com o movimento de individualização das expectativas, gostos e comportamentos. Desta forma, o processo de racionalidades coletivas foi pulverizado e o processo de personalização foi promovido, abrindo caminho para a realização pessoal e para aspirações individuais.

A sociedade atual oferece cada vez mais a oportunidade aos indivíduos de comporem as suas identidades por meio da variação dos padrões de consumo, em especial num contexto no qual os estilos de vida, e não mais a classe social, o grupo étnico ou o gênero, tornam-se os principais definidores sociais.

A expressão “estilo de vida” surge nos finais do século XIX, quando a disciplina Sociologia se tornava independente e se consolidava a fase I da era do consumo de massa. No entanto, é somente a partir da década de 1980, no apogeu da fase II do consumismo, que os estudos sociológicos voltaram a utilizar a expressão para o processo no qual as diferenças nas preferências culturais se tornam funcionais socialmente, no contexto de uma cultura do consumo caracterizada, entre outros fatores, pela emergência das novas classes médias (FREIRE FILHO, 2003, p. 73).

No entanto, a área da comunicação utilizou-se da categoria de estilo de vida de forma mais intensa já a partir dos anos 1950, buscando definir segmentos de mercado numa maneira mais refinada do que aquela oferecida pelos levantamentos demográficos, até então amplamente utilizados. Assim, os estudos sobre os estilos de vida se tornaram progressivamente relevantes na propaganda e no consumo em geral, influenciando tanto os padrões de consumo como o processamento de diferentes formas de ação de *marketing*. Atualmente, com estilos de vida e de consumo cada vez mais diferenciados e tornando menos perceptível o sentido de pertencer a determinados grupos sociais, Ascher (2010, p. 40) aponta que:

A multiplicidade de escolha com que os indivíduos se confrontam, que é variável conforme os seus meios, dá origem a “perfis” de vida e de consumo cada vez mais diferenciados tomando cada vez menos perceptível a eventual pertença a grupos sociais, apesar do peso sempre grande das determinações económicas e sócio profissionais. Torna-se, com efeito, mais difícil fundamentar, por exemplo, uma campanha de *marketing* sobre algumas categorias-tipo, sejam elas categorias sócio profissionais, classes etárias, níveis de rendimento, estilos de vida ou perfis psicossociológicos. As tipologias fragmentam-se em grupos cada vez mais pequenos. Os especialistas de *marketing*, depois de se terem esforçado a dividir o mercado em “grupos de identidade restritos” e em “nichos”, são hoje obrigados a ter em conta a singularidade crescente das procuras efectivas ou potenciais dos consumidores. A multiplicação das opções e o individual feito à medida (o *one-to-one*) são o *nec plus ultra* da indústria e dos serviços.

Para Freire Filho o estilo de vida reflete a sensibilidade ou a atitude revelada pelo indivíduo na escolha de certas mercadorias e certos padrões de consumo e na articulação desses recursos culturais com o modo de expressão pessoal e a distinção social. De acordo com ele (2003, p. 73), “um estilo de vida envolve um conjunto de hábitos e orientações, e possui, conseqüentemente, certa unidade que associa as opções de compra, serviço e lazer a um padrão mais ou menos ordenado”.

Chaney (2007) define os estilos de vida como padrões de ações que ajudam a diferenciar as pessoas, a dar sentido às suas ações e a compreenderem-se a elas

e aos outros, de forma a estabelecerem laços identitários no seio de uma sociedade, cada vez mais comandada pelo consumismo e respectiva negociação de valores sociais.

Podemos dizer que os estilos de vida são formas de identidade coletiva e de fuga do anonimato social, por meio do consumo de bens carregados de significados culturais, como pode ser o caso de um espaço com características excepcionais. Por isso, a importância de situar o consumo como um processo de mudança socialmente construído, que investe essencialmente no significado simbólico que os produtos, quaisquer que sejam, despertam nos consumidores.

De acordo com Featherstone (1995), como consequência desse consumo que deixou de estar sujeito à materialidade e à simples satisfação das necessidades, para funcionar como uma espécie de negociação de identidades e imagens, a consciência estética deixou de ser restrita às elites para participar do cotidiano das pessoas, contribuindo para o que tem sido designado como uma estetização e estilização da vida e do cotidiano.

Para o autor, a estetização da realidade coloca em primeiro plano a importância do estilo, estimulada também pela dinâmica do mercado, com sua procura constante por novos modismos, estilos, sensações e experiências. Neste sentido ele entende que o estilo pessoal é resultado daquilo que se compra e de seus hábitos cotidianos. Desta forma tanto o corpo quanto as roupas, o discurso, o entretenimento, as preferências de comida e bebida, a casa, o carro, a opção de férias etc. são vistos como indicadores da individualidade, do gosto e do senso de estilo de cada pessoa.

Assim, a preocupação com o estilo de vida e com a estilização da vida nos sugere que as práticas de consumo adotadas por um sujeito, ou seja, o

planejamento deste ato, a compra em si e a posterior exibição dos bens adquiridos, não devem ser compreendidas apenas como valor de troca, em uma ótica econômica, mas também num contexto cultural mais amplo como uma forma de inserção e afirmação do sujeito no meio em que vive.

Neste sentido, Cachinho (2006, p.45) aponta, num ensaio sobre a condição do indivíduo na cidade pós-moderna, a importância de entender o consumidor não apenas pelo o que ele consome, mas sim por um todo bio-psico-social. Para ele:

O consumidor constitui apenas uma das múltiplas facetas do ser humano e, por conseguinte, as suas atitudes e comportamentos em relação às compras, à escolha das lojas ou à frequência dos lugares de consumo, dependem de fatores bem mais complexos como os modos de vida, os sistemas de valores, as motivações ou as imagens e representações que elaboram dos lugares que frequentam, cujo espírito dificilmente poderá ser capturado pelos tradicionais critérios de segmentação, apoiados em variáveis como a idade, o sexo, a profissão, o nível de escolaridade ou os rendimentos.

Destaca ainda que, se a cidade moderna girava em torno das fábricas e das indústrias, que eram o que comandava a sua organização cultural, social e arquitetônica, a cidade pós-moderna é acima de tudo um centro de consumo, jogo e entretenimento, organizada em torno dos espaços comerciais e de simulação, dos lugares da hiper-realidade e dos territórios da contemplação.

Ele aponta também a importância da “experiência” na relação do indivíduo pós-moderno com a cidade, afirmando que atualmente nenhum lugar, seja público ou privado, consegue agradar, seduzir ou captar o interesse do indivíduo se não conseguir oferecer ao mesmo tempo uma experiência de vida. Neste sentido, verificamos que, embora o consumo de massa tenha predominado nos últimos anos, novas formas de consumo e conseqüentemente novas formas de comercialização têm surgido.

1.3 NOVAS FORMAS DE CONSUMO

Vimos até o momento que uma das principais características da sociedade pós-moderna é a cultura do consumo, que por sua vez está relacionada diretamente com a expansão dos meios de comunicação e a consolidação das tecnologias informacionais, compreendido por CASTELLS (1999, p. 46) como:

O termo informacional indica o atributo de uma forma específica de organização social em que a geração, o processamento e a transmissão da informação tomam-se as fontes fundamentais de produtividade e poder devido às novas condições tecnológicas surgidas nesse período histórico. Minha terminologia tenta estabelecer um paralelo entre indústria e industrial. Uma sociedade industrial não é apenas uma sociedade em que há indústrias, mas uma sociedade em que as formas sociais e tecnológicas de organização industrial permeiam todas as esferas da atividade, começando com as atividades predominantes localizadas no sistema econômico e na tecnologia militar e alcançando os objetos e hábitos da vida cotidiana. Meu emprego dos termos sociedade informacional e economia informacional tenta uma caracterização mais precisa das transformações atuais, além da sensata observação de que a informação e os conhecimentos são importantes para nossas sociedades.

Nesta sociedade do consumo, em que os signos são mais importantes que a própria utilidade do produto e o consumo molda as relações entre os indivíduos, a estetização da vida cotidiana ganha cada vez mais importância, assim como as ferramentas de *marketing* são amplamente utilizadas pelas empresas a cada novo produto lançado, buscando sempre que possível colocá-lo em evidência, ditando uma nova moda.

Destacamos ainda que a sociedade do consumo possui uma relação com a proliferação de novos estilos de vida, que por sua vez permite à indústria estabelecer padrões regulares de consumo, estimulando uma nova lógica de consumo baseada na descartabilidade, representada por uma busca constante por novidades e a adoção de uma prática de obsolescência planejada por parte do setor

produtivo, o qual, com o lançamento de novos modelos de um mesmo produto, procura multiplicar seus lucros.

Nessa nova lógica consumista tudo é realizado com o objetivo de atrair o consumidor e para isso as imagens, veiculadas por meio da publicidade e da mídia, desempenham cada vez mais um papel fundamental na sociedade pós-moderna, o que faz com que na cidade contemporânea tenhamos consumo de espetáculos, espetáculos de consumo, consumo de signos, signos de consumo.

Assim, verificamos uma redução do tempo de vida dos produtos e serviços. A volatilidade e a efemeridade relacionada à moda produzem uma série de novos produtos que, de certa forma, já nascem com uma data de vencimento preestabelecida. Entretanto, a descartabilidade crescente dos produtos tem gerado novas formas de consumo, mais preocupadas e cientes dos impactos gerados pelo modelo atual de consumo indiscriminado.

Embora isso esteja sendo incorporado tanto pelos consumidores como por empresas dos mais diversos setores, o estímulo pelo consumo, ainda que ambientalmente e socialmente correto, é a real motivação desse discurso. Além disso, mantém-se o consumo dos signos, uma vez que o estereótipo de “consumidor consciente” passa a ser parte de um novo estilo de vida.

Para melhor compreender as novas modalidades de consumo e conseqüentemente os novos formatos de produção e distribuição, iremos apresentar a seguir algumas das últimas tendências de consumo, bem como alguns exemplos de cada uma delas, tanto de práticas que já fazem parte do nosso cotidiano, como de outras que, embora sejam ideias embrionárias, são grandes apostas para o futuro próximo.

As novas formas de consumo buscam fazer um contraponto ao consumismo, entendido por Bauman (2007, p.44) como: “o momento em que o consumo se torna particularmente importante, para não falar central, na vida da maioria das pessoas, o propósito de sua existência”, ou seja, a expansão da cultura do “ter” em detrimento da cultura do “ser”, exigindo uma nova postura do consumidor, tanto em relação ao que consome, quanto à quantidade, a frequência e a forma que o faz, bem como ao estilo de vida que adota, o qual também deve seguir os mesmos princípios gerais das novas formas de consumir.

Inicialmente podemos falar do consumo verde ou ecológico que, assim como os demais citados a seguir, tem ganhado força a partir de um movimento mais amplo de consciência ambiental que surge como contraponto às políticas desenvolvimentistas adotadas por diversos governos a partir do final da Segunda Guerra Mundial.

Ele ganha força a partir dos anos 1960 por meio dos movimentos de contracultura (movimento *hippie*, pacifismo, revolução sexual, feminismo, *black power* etc.) e é reforçado pelas crises do petróleo ocorridas na década seguinte, bem como pelo surgimento de diversos movimentos ambientalistas e o engajamento das Nações Unidas no tema.

Podemos definir o consumo verde como aquele em que o consumidor, além de buscar algo de qualidade e com bom preço, também inclui uma variável ambiental nos produtos. Desta forma, o consumidor verde busca produtos ou serviços que preferencialmente não agredam o meio ambiente, ou que pelo menos adotem medidas que mitiguem essa agressão em todo o ciclo de vida do produto, ou seja, nas etapas de produção, distribuição, consumo e descarte final.

O consumo verde vem ganhando destaque no setor de construção civil, que, com o desenvolvimento de novas técnicas e novos produtos, tem possibilitado a mudança na forma de construção das edificações. Um grande exemplo disso são os sistemas de aquecimento solar de água, que substituem com eficácia o tradicional chuveiro elétrico, muito usado no Brasil, ou aquecimento por gás ou caldeiras, comum nos países de clima temperado.

Materiais recicláveis ou de manejo sustentável também têm sido adotados em substituição aos produtos obtidos por meio do extrativismo, tais como madeiras plásticas, pisos de vinil, bambu ou eucalipto e pinho em vez de madeiras nobres.

A construção de edificações verdes e/ou sustentáveis vem ganhando inclusive diversas certificações para que o consumidor possa identificar o grau de comprometimento ambiental do empreendimento. Como o LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), um sistema internacional de certificação e orientação ambiental para edificações, que busca incentivar a transformação dos projetos, obras e operações das edificações com foco na sustentabilidade.

O LEED tem sido adotado por diversos empreendimentos nos últimos anos, com um grau maior ou menor de comprometimento não só ambiental, mas também econômico e social. A própria certificação possui quatro níveis crescentes: LEED, LEED Silver, LEED Gold e LEED Platinum. Atualmente o Brasil ocupa a quarta posição no *ranking* dos países que possuem o maior número de edificações em processo de certificação LEED.

Até dezembro do ano passado (2011), 429 construções estavam em processo de certificação no país. Na frente do Brasil, no *ranking* dos países mais preocupados com a construção sustentável, estão apenas EUA, China e Emirados Árabes Unidos, que possuem, respectivamente, 38.940, 807 e 758 empreendimentos em processo de certificação LEED (Revista Planeta Sustentável, 31 jan. 2012).

Entretanto, se por um lado a utilização de práticas sustentáveis na construção ou reforma de edificações é louvável é bem-vinda por si só, muitas empresas que buscam a citada certificação o fazem como forma de agregar valor a sua marca, buscando atrair consumidores de empreendimentos tradicionais - em especial pessoas com alto poder aquisitivo interessadas em um estilo de vida de baixo impacto ambiental – e agregando um sobrepreço ao valor do empreendimento, ou seja, avaliando acima dos gastos, que realmente ainda são mais altos nesse tipo de obra.

Assim, o que verificamos com o consumo verde basicamente é uma troca de marcas, de uma que trabalha de maneira “convencional” para aquela que adota práticas “verdes”, sendo esta uma das principais críticas à nova forma de consumo, a qual não estimula uma redução do consumismo, apenas se utiliza de novas tecnologias a fim de criar produtos de maior valor agregado para um público mais abastado, enquanto os artigos que não adotam tais práticas são destinados à população de menor poder aquisitivo.

Foto 02 – Prédio do *WaterPlace* com certificação LEED Platinum – 2011



Fonte: Archinect Firms. Disponível em <<http://archinect.com/firms/release/2634926>>. Acesso em: 05 jan. 2014.

Outra nova forma de consumo é o ético, responsável, consciente ou solidário, o consumo socialmente justo e ambientalmente sustentável, que respeita a cultura e promove uma melhor qualidade de vida individual e social.

Nestas propostas, os consumidores devem incluir, em suas escolhas de compra, um compromisso ético, uma consciência e uma responsabilidade quanto aos impactos sociais e ambientais que suas escolhas e comportamentos podem causar em ecossistemas e outros grupos sociais, na maior parte das vezes geográfica e temporalmente distantes (MMA/BRASIL, 2005, p. 19).

No consumo ético, além da preocupação com a origem dos insumos utilizados na produção da mercadoria, também há aquela com o ambiente social e as condições de trabalho dos trabalhadores que fazem parte de toda a cadeia produtiva do artigo.

Para atender esse novo segmento surgem então algumas associações que promovem o Fair Trade, ou comércio justo. Dentre as principais organizações em nível mundial em operação atualmente encontramos a World Fair Trade Organization, a Fair Trade Fundation e a International Fair Trade Organization. Além dessas, várias outras operam em diversas regiões do mundo, quer seja nos países desenvolvidos do Hemisfério Norte, fomentando o comércio justo, ou em países menos desenvolvidos no Hemisfério Sul, atuando diretamente com os parceiros locais e na certificação dos produtores.

O modelo de comércio justo teve início na Holanda ainda na década de 1960, sendo o café o primeiro produto a ganhar uma certificação dessa modalidade de comércio, ainda no final dos anos 1980. Atualmente os principais produtos certificados como comércio justo são: banana, cacau, café, algodão, flores, frutas frescas, mel, sucos, nozes, oleaginosas, arroz, ervas aromáticas e especiarias, açúcar, chá, vinho, metais preciosos e artesanato em geral.

O consumo desses produtos ocorre tanto em lojas especializadas, que operam somente com produtos certificados, quanto em grandes franquias internacionais que vendem produtos diversos, adotando tal prática. Dentre alguns exemplos podemos citar a cafeteria Starbucks, que desde o ano 2000 vende cafés certificados. Outra que segue a mesma prática é a empresa do mercado de cosméticos The Body Shop (Figura 02), que desde 1987 vem trabalhando com uma política de comércio justo.

Mais recentemente, no ano de 2011, a empresa britânica Mars, detentora das marcas de chocolates Mars, M&M, Snickers, Twix, entre outras, também aderiu à prática do comércio justo de chocolate, após grande pressão dos consumidores para a tomada dessa iniciativa, pois não aceitavam consumir produtos cuja matéria-prima principal, o cacau, era produzida em condições degradantes em diversos países da África.

Esse tipo de comércio busca oferecer aos produtores um tratamento mais digno e condições de negócio mais favoráveis, ao mesmo tempo em que permite aos consumidores a oportunidade de reduzir a pobreza e a desigualdade por meio de suas compras diárias. Para tanto, são definidos preços mínimos para os produtores de matéria-prima, além de se fornecer assistência técnica e financeira para a melhoria das condições de trabalho nas regiões produtoras, assegurando assim estabilidade e garantia de escoamento da produção.

Mais recentemente, no ano de 2011, a empresa britânica Mars, detentora das marcas de chocolates Mars, M&M, Snickers, Twix, entre outras, também aderiu à prática do comércio justo de chocolate, após grande pressão dos consumidores para a tomada dessa iniciativa, pois não aceitavam consumir produtos cuja matéria-prima

principal, o cacau, era produzida em condições degradantes em diversos países da África.

Figura 02 – Material de divulgação da *The Body Shop* sobre o comércio justo – 2013



Fonte: The Body Shop. Disponível em <<http://www.thebodyshop-usa.com/>>. Acessado em: 03 jan. 2014.

Esse tipo de comércio busca oferecer aos produtores um tratamento mais digno e condições de negócio mais favoráveis, ao mesmo tempo em que permite aos consumidores a oportunidade de reduzir a pobreza e a desigualdade por meio de suas compras diárias. Para tanto, são definidos preços mínimos para os produtores de matéria-prima, além de se fornecer assistência técnica e financeira para a melhoria das condições de trabalho nas regiões produtoras, assegurando assim estabilidade e garantia de escoamento da produção.

Outra forma de consumo que ganha destaque nos últimos anos é o sustentável ou crítico, que, para além dos critérios adotados nas modalidades anteriores, como a busca por produtos que foram elaborados de formas social e ecologicamente corretas, enfatiza ações coletivas e mudanças políticas, econômicas e institucionais a fim de fazer com que os padrões e os níveis de consumo se tornem mais sustentáveis.

Utilizando como exemplo a área de transportes, na estratégia de consumo verde haveria mudanças tecnológicas, para que os carros se tornassem mais eficientes (gastando menos combustível) e menos poluentes, e mudanças comportamentais dos consumidores, que considerariam essas informações na hora da compra de um automóvel. Na estratégia do consumo sustentável, haveria também investimentos em políticas públicas visando à melhoria dos transportes coletivos, ao incentivo aos consumidores para que utilizem esses transportes e ao desestímulo para que não utilizem o transporte individual (como por exemplo, a proibição da circulação de carros em certos locais e horários) (MMA/BRASIL, 2005, p. 19).

O consumo sustentável baseia-se no conceito de que não podemos seguir com os mesmos padrões utilizados nas últimas décadas para a extração, produção, comercialização e descarte de produtos, sendo necessário consumir melhor e menos, levando em consideração os impactos ambientais, sociais e econômicos tanto das empresas como dos seus produtos, tendo em vista toda a cadeia produtiva. Nesse novo modelo, o consumidor exerce um papel ativo na melhoria da qualidade de vida pessoal e coletiva.

Embora o consumo sustentável ainda seja uma prática que encontra diversas barreiras, principalmente do ponto de vista dos produtores, uma vez que estimular a redução do consumo de produtos que eles mesmos produzem pode parecer em um primeiro momento uma grande contradição, aos poucos a adoção de tais práticas sustentáveis tem gerado novas oportunidades de negócios, os quais podem suprir a eventual perda de receita de determinado produto com ganhos em novos itens e, principalmente, em serviços oferecidos aos clientes.

Nesse sentido, um segmento que tem adotado práticas sustentáveis há algum tempo, com certo sucesso, é o de supermercados. No Brasil, as principais varejistas do setor, como Pão de Açúcar, Walmart e Carrefour, vêm implantando uma série de ações tanto em suas lojas como na própria estrutura da empresa. Em relatório do Ministério do Meio Ambiente – MMA sobre o consumo sustentável, realizado no ano de 2011, são apontadas diversas ações desenvolvidas por empresas deste segmento, tais como a introdução de lojas ecoeficientes, a redução do consumo de sacolas plásticas, a educação de funcionários para a sustentabilidade, entre outros.

Figura 03 – A sustentabilidade na cadeia produtiva varejista



Fonte: Plano de ação para produção e consumo sustentáveis – Ministério do Meio Ambiente, 2011.

O estudo (MMA, 2011, p. 68) indica ainda que, a fim de que o consumo sustentável torne-se uma realidade, não basta haver apenas a conscientização da sociedade sobre a pressão de suas atividades de consumo no meio ambiente e o conseqüente surgimento da demanda por produtos mais sustentáveis. É necessário que haja também a oferta desses produtos e informação sobre eles. Neste sentido o

ministério aponta que o ciclo de produção e consumo sustentáveis não estaria completo sem a participação ativa do setor varejista.

Este segmento também tem se destacado em outros países como um dos pioneiros a adotarem conceitos de consumo sustentável. Hoje um dos grandes casos de sucesso no setor é o *Whole Foods Market*, rede de supermercado americana que iniciou suas atividades em 1980, na cidade de Austin, no Texas, focada na venda de produtos naturais. Hoje possui mais de 360 lojas nos Estados Unidos, Canadá e Reino Unido, sendo a maior varejista do ramo de produtos orgânicos e naturais dos Estados Unidos, além de possuir outras 16 marcas que operam em segmentos específicos, como pães, vinhos, doces etc.

Trabalha com o conceito tanto de comércio de vizinhança, com lojas de pequeno e médio porte, como no formato de supermercados tradicionais com lojas de grande porte, atendendo a diversidade e as necessidades do público norte-americano, o qual possui características próprias de consumo. A maior parte de seus itens é produzida localmente e desta forma extrapola o simples conceito de produto verde ou ético, uma vez que oferece a produtores rurais (ou até mesmo urbanos, pois o número de hortas urbanas têm crescido bastantes nos últimos anos nos Estados Unidos) oportunidades de desenvolvimento econômico e social, traduzidas ao final numa melhoria da qualidade de vida de toda a cadeia produtiva envolvida e da comunidade em geral.

Embora possua um preço superior ao do comércio tradicional (normalmente oferecendo um produto de qualidade superior), encontra-se em processo de franca expansão nos últimos anos, focada principalmente na nova geração de consumidores, apontada anteriormente, de poder aquisitivo mais alto e interessados em um estilo de vida de baixo impacto ambiental.

Tendência esta que também ganha força na Europa, onde redes varejistas com foco em produtos orgânicos e naturais se espalham por diversos países, como a rede *Natura Si* na Itália, a *Bioladen* e a *Biomarkt* na Alemanha e a *Biocoop* e *Biomonde* na França, diferentes em relação aos Estados Unidos por possuírem uma característica bem marcante de comércio de vizinhança, mais adequada ao estilo de vida do consumidor europeu.

Por fim, outra forma de consumo de destaque nos últimos tempos é o consumo colaborativo, o qual pode ser traduzido como uma nova prática comercial que possibilita o acesso do consumidor a bens e serviços sem que haja necessariamente aquisição de um produto ou troca monetária entre as partes envolvidas no processo. Assim, em vez de comprar um novo produto, os consumidores compartilham, emprestam, alugam ou trocam bens e/ou serviços com outros consumidores.

O consumo baseado no compartilhamento agrega valor à experiência em detrimento apenas do *ter*. Ao buscar experiências, e não somente objetos de compra, os consumidores estão mais voltados à satisfação de sua necessidade e ao real objetivo que uma troca comercial possui. Por meio do consumo colaborativo, obtém-se acesso a uma maior gama de produtos sem que haja necessidade de aumentar a produção dos mesmos: eles são compartilhados, reutilizados, pertencem a uma coletividade, e não apenas a um indivíduo.

Embora a princípio possa parecer que esse tipo de consumo não gere benefícios econômicos para os agentes envolvidos, diversos novos negócios vêm surgindo com foco na locação de bens e serviços, na divulgação e organização de eventos de consumo colaborativo, na intermediação e “comercialização” desses produtos e no suporte e consultoria a novos modelos de negócios, todos gerando

renda e lucro para os empreendedores envolvidos e em toda a “cadeia produtiva”. Na prática esse modelo de consumo prega que os produtos sejam usados por mais pessoas, aumentando sua vida útil e evitando o uso de novas matérias-primas, numa clara oposição ao conceito de “paixão consumptiva” de Sennet (2006) apresentado anteriormente.

A prática do consumo colaborativo permite que as pessoas se conheçam mais, emprestem coisas entre si, troquem objetos, compartilhem opiniões, criem colaborativamente e conjuntamente. O negócio é baseado na redução do consumo, no melhor aproveitamento de matérias-primas, através do reuso e da reciclagem. É uma espécie de retorno ao passado, onde todos da vizinhança se conheciam e a vida era mais simpática. (Portal Carreira & Sucesso. Disponível em <<http://www.catho.com.br/carreira-sucesso/noticias/consumo-colaborativo-entenda-o-conceito>>. Acesso em 30 out. 2013).

Um dos principais exemplos de consumo colaborativo é o compartilhamento de carros. Dados da consultoria Frost & Sullivan apontam que no ano de 2012 já havia 2,3 milhões de pessoas cadastradas em algum serviço desse tipo, número que no ano de 2020 espera-se que chegue a 26 milhões de usuários.

O modelo de negócio consiste numa adaptação do sistema de locação de veículos tradicional, cujos clientes principais são os viajantes, para um serviço oferecido com foco nos moradores de uma determinada região geográfica. Assim, gigantes do setor como a *Europcar*, *Avis* e *Sixt* criaram empresas como a *Car2Go*, *Drive Now* e *ZipCar*, sendo que algumas delas são parcerias com grandes montadoras automotivas (BMW, Mercedes-Benz), as quais buscam um novo nicho de negócios.

Basicamente existem duas formas de operações do compartilhamento de carros, ambas baseadas nas novas tecnologias de informações, com uso de sistemas de *Global Positioning System* - GPS e programas desenvolvidos

especialmente para *smartphones*, que localizam e monitoram constantemente a frota de veículos pertencentes às empresas.

O crescimento do novo setor está sendo ajudado por fatores como mobilidade urbana e a forte queda de venda de carros para jovens, que não veem motivo para serem donos de um veículo. O consumidor ligado em tecnologia quer flexibilidade na relação com o transporte. (Jornal o Estado de São Paulo, São Paulo, 21 nov. 2013).

O primeiro modelo, e o mais utilizado atualmente, é aquele em que as empresas distribuem diversos veículos por estacionamentos credenciados localizados em diversas áreas da cidade e, por meio de um cadastro prévio, alugam esses veículos por frações de horas, sendo os mesmos retirados por meio de um cartão magnético próprio e devolvidos posteriormente no mesmo estacionamento ou em qualquer outro com o qual a empresa tenha convênio. Assim, ao sair do veículo o usuário deixa a chave em seu interior e, após passar novamente o cartão, é contabilizado o tempo de uso e cobrado o valor devido diretamente no cartão pré-pago do consumidor ou em uma conta autorizada previamente.

Um segundo modelo, ainda em fase de experimentação, utiliza-se das mesmas técnicas citadas anteriormente, mas permite que o usuário deixe o veículo em qualquer lugar dentro de uma zona predeterminada, dando maior flexibilidade ao condutor. Para tanto, as companhias negociam direitos de estacionamento com governos municipais a fim de possibilitar que seus veículos se espalhem livremente numa área designada, geralmente dentro dos limites de uma cidade. Quando os consumidores querem um carro, usam um *smartphone* para localizar o mais próximo e um cartão de inscrição para liberar seu uso.

Desta forma, consumidores que optam por não comprar um veículo e utilizar o sistema público de transporte podem, eventualmente, alugar um veículo para alguma finalidade específica. Esse modelo de compartilhamento de carro é uma adaptação às novas demandas da sociedade, mostrando que existe alternativa para

as práticas tradicionais, incorporando elementos mais sustentáveis de consumo e possibilidades de novos negócios rentáveis.

Figura 04 – Página do sítio eletrônico da Drive Now - Sistema de compartilhamento de carro



Fonte: Sítio eletrônico da *DriveNow*. Disponível em <<https://us.drive-now.com>>. Acesso em: 20 out. 2013.

Estratégias como essas vêm sendo adotadas por diversos segmentos, também com o objetivo de adaptarem-se às novas tecnologias, como no caso do segmento fonográfico, que reduziu drasticamente a venda de *compact discs* e passou a oferecer músicas para *download* em lojas especializadas. Neste sentido, Lipovetsky (2007) apresenta em seu livro sobre a sociedade do hiperconsumo diversos outros exemplos mostrando que à medida que uma forma de consumo tradicional ou hábitos se exaurem, outros surgem no lugar.

Outros mercados tradicionais têm utilizado estratégias de consumo compartilhado, como o setor de vestuário, em que iniciativas como o evento *Desapegue*, realizado em São Paulo, promove feiras para a troca de peças de roupas, cobrando uma entrada para quem deseja participar. Já no setor de livros encontramos o *Skoob*, uma rede colaborativa que promove a troca de livros entre os usuários cadastrados.

Além dessas formas de consumo colaborativo também vêm ganhando destaque nos últimos anos os financiamentos coletivos de projeto ou *Crowdfunding*, que se traduzem na obtenção de capital para iniciativas de interesse coletivo por meio da agregação de múltiplas fontes de financiamento, em geral pessoas físicas interessadas na ação.

Tal modelo de financiamento tem apoiado o desenvolvimento tanto de ações coletivas de caráter cultural, social e educativo, como de empreendedorismo, sendo que se destacam principalmente projetos relacionados aos setores de tecnologia e informação e de criação de produtos, idealizados por pessoas que, com ideias e conceitos inovadores, buscam lançar produtos e serviços criados e desenvolvidos por elas mesmas, por meio de empresas embrionárias denominadas *startups*, fazendo frente aos grandes *players* do mercado tradicional.

1.4 O COMÉRCIO NA SOCIEDADE DE CONSUMO

A atividade comercial é a base da sociedade do consumo analisada anteriormente. Embora num primeiro momento fosse alicerçada apenas no processo de troca, como forma de sobrevivência e ao mesmo tempo sociabilidade, passa a ganhar um caráter mercantil a partir do surgimento do excedente da produção, da consolidação de um sistema monetário e pelo desenvolvimento das cidades.

Nesse sentido, diversos autores apontam que o surgimento das cidades é uma consequência da expansão das atividades comerciais, cujos registros nos remetem ao Egito antigo e à Mesopotâmia, onde a atividade era abertamente direcionada ao lucro e ao ganho monetário; nessas regiões o comércio encontrava

lastro (GARREFA, 2011, p. 23). O comércio segue presente nas sociedades da Grécia Antiga e no período do Império Romano.

Todavia, com a queda desse Império verifica-se no Ocidente um esvaziamento das cidades e o retorno a um sistema feudal autossuficiente, fazendo com que o comércio perdesse sua dinâmica, embora ainda seguisse prosperando no Oriente. O período conhecido como Idade Média foi marcado pela estagnação produtiva e domínio da Igreja sobre a população, condenando os ganhos monetários, o que reduziu significativamente a atividade comercial.

A retomada do ímpeto comercial ocorreu somente a partir das Cruzadas promovidas pela Igreja, com o objetivo da reconquista da Terra Santa, e por meio da reabertura da rota do Mediterrâneo, que permitiu a retomada da atividade comercial do Ocidente com o Oriente.

As Cruzadas deram novo alento ao comércio e, lentamente, fizeram emergir uma classe de mercadores enriquecidos, que tiveram participação fundamental no processo, pois, em nome do que se convencionou chamar de “a recompensa eterna”, a Igreja fazia vista grossa aos excessos das “paixões humanas” (GARREFA, 2011, p. 26).

Entretanto, o grande marco da retomada do comércio na sociedade ocidental, após sua decadência com a queda do Império Romano, dá-se a partir do século XII com o surgimento dos primeiros mercados e feiras, que eram realizados junto aos castelos e/ou mosteiros fortificados. A partir de tais pontos de encontro comercial ressurgiram as cidades, que viriam a se transformar nos grandes centros de troca e comercialização de mercadorias no período.

Desta forma, a atividade comercial se consolida por meio do capitalismo mercantil num primeiro momento e pelo capitalismo industrial, posteriormente. Nessa época, as cidades também se expandem e surgem os primeiros núcleos urbanos modernos, sendo que no ano de 1800 a cidade de Paris já contava com

aproximadamente 500 mil habitantes (*Institut National de la Statistique et des Études Économiques* – INSEE, 2013).

Figura 05 – Feiras e mercados do período medieval



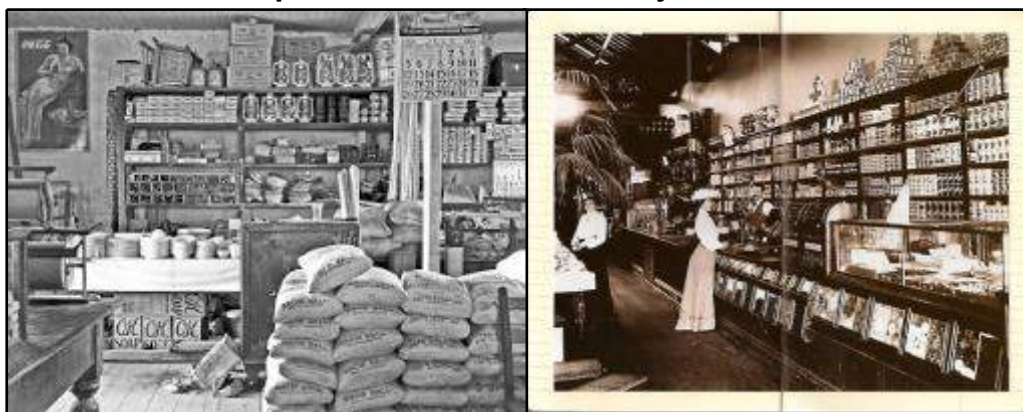
Fonte: Sítio eletrônico da Brasil Escola. Disponível em <<http://www.brasilecola.com/historiag/transformacoes-sociedade-feudal.htm>>. Acesso em: 07 jan. 2014.

Na primeira etapa, o formato comercial predominante ainda era o de feiras e mercados e o das pequenas lojas que ofereciam uma gama variada de produtos, conhecidas como “*general store*”. Num segundo momento há segmentação maior e surgem tanto feiras como mercados especializados em determinado tipo de produto, bem como as lojas que vendiam exclusivamente alimentos, conhecidas como “*grocery stores*”. Todavia é somente com o advento da Revolução Industrial e o crescimento das cidades que os formatos comerciais começam a se alterar, com os armazéns e os grandes armazéns vendendo maior variedade de produtos em um mesmo local.

Esta tipologia se inicia (na França) por volta de 1820, com o *magasin de nouveautés*, e cresce em tamanho e número de produtos comercializados, transformando-se no *grand magasin*, que, nos Estados Unidos, será conhecido como *department store* (GARREFA, 2011, p. 39).

A inauguração, no ano de 1838, do *Le Bon Marché* em Paris foi o marco de uma nova era do comércio. As lojas de departamentos inovaram não apenas por oferecer diversas mercadorias em um único estabelecimento, mas por introduzir uma série de mudanças na forma de consumir. Se antes os mercados e feiras ocorriam ao ar livre nas ruas da cidade em determinadas datas, aos poucos passam a existir de forma fixa e perene, em grandes prédios protegidos das variações climáticas, e a introduzir a verticalização nas operações de compra. Além disso, no lugar dos comerciantes entram os funcionários e, conseqüentemente, em vez da negociação feita para adquirir cada produto, entra o preço fixo.

Foto 03 – Exemplos de *General e Grocery Stores* do século XIX



Fonte: Historical times e Vintage Photos. Disponível em <<http://historyinphotos.blogspot.com.br/> e <http://historicaltimes.tumblr.com/>>. Acesso em 07 jan. 2014.

Entretanto a maior modificação se deu no aspecto cultural: as novas lojas de departamentos possibilitavam à nova burguesia emergente separar-se das classes menos abastadas e aproximar-se de um mundo que antes era quase exclusivo da nobreza, além de favorecer a mulher como consumidora, provocando uma mudança em sua posição numa sociedade altamente masculina.

Outra importante inovação das lojas de departamento foi a preocupação com a mulher, que passara a participar mais ativamente na definição dos gastos do orçamento doméstico. Assim, as lojas de departamento prepararam-se para receber as mulheres como suas clientes preferenciais. Dispunham, por exemplo, de berçário e sala de leitura, além de outras facilidades para atrair a clientela feminina; e para os cargos de atendentes, também empregavam majoritariamente mulheres (GARREFA, 2011, p. 39-40).

Desta forma, podemos afirmar que as lojas de departamentos foram responsáveis pela transição de um modelo comercial tradicional baseado na relação direta entre o comerciante e o cliente final, para um modelo comercial moderno de lojas de varejo, no qual o cliente final não possui contato direto com o proprietário dos produtos. Essa mudança, embora nos pareça natural nos dias atuais, teve um grande impacto na sociedade do século XIX, principalmente por permitir a introdução das mulheres no mercado de consumo.

Inicialmente as citadas lojas se destacavam por oferecer uma gama de produtos de luxo, em um mesmo ambiente. Além disso, ditavam a moda por meio das vitrines, que “ensinavam” aos consumidores o que consumir e como utilizar os novos artigos que se encontravam à disposição.

A nova ordem construía outros fluxos de produção de mercadorias, de objetos e pessoas cujas possibilidades de trânsito se vinculavam ao capital. Há uma transformação nos códigos e, nesse momento de transição, as práticas exercidas nas lojas de departamentos assumiram papel pedagógico para um novo conjunto de práticas, estilos e valores: o *Bon Marché* serviu como uma espécie de “cartilha cultural”, mostrando para uma determinada classe como ela deveria se vestir, mobiliar sua casa e como deveria gastar seu tempo de lazer. As lojas de departamentos traduziram mudanças significativas de consumo, impondo não apenas outra rotina ao comércio como também outro ritmo às relações entre pessoas e processos. Elas serviram de manual de instrução para o consumidor, pois na esfera do comércio e suas relações, as mudanças foram consideráveis (AMARAL & ROCHA, 2009, p. 147).

Em geral, essas lojas estavam localizadas em grandes edificações luxuosas, que se utilizavam dos materiais e arquitetura típicos da nobreza para atrair a burguesia que se formava, oferecendo ainda uma série de outros atrativos como cafés, restaurantes e salões de chá que tornavam a loja um ponto de encontro para ver os produtos e ser visto pelos seus pares. As lojas de departamento, mais do que simples espaços de compras, tornaram-se rapidamente espaços de consumo, fazendo com que a noção de prazer e entretenimento fosse associada à noção de consumo.

Foto 04 – Interior da Loja *Printemps* na época de sua inauguração



Fonte: Sítio eletrônico da Printemps. Disponível em <<http://departmentstoreparis.printemps.com/story/>>. Acesso em 03 jan. 2014.

O fato seguinte que alterou o modelo de comércio, como o conhecemos atualmente, foi a introdução nos Estados Unidos, no ano de 1912, da primeira loja com atendimento por autosserviço, ou “*Cash and Carry*”. Esse sistema consiste em oferecer os produtos com preços predeterminados em gôndolas próprias e adequadas a cada um, de forma a permitir que o consumidor escolha aquele de sua preferência e o leve diretamente até o caixa (*Check-out*), sem a necessidade de recorrer a qualquer funcionário ou ao dono do estabelecimento. Como resultado dessa nova forma de consumo, os produtos passaram a ser distinguidos entre si pelas marcas de seus fabricantes, dando início à estratégia das marcas comerciais.

Embora a questão da imagem na divulgação dos produtos já estivesse presente desde a segunda metade do século XIX, é a partir deste momento, com a consolidação e popularização da indústria da imagem, ou seja, da fotografia, da impressão, das réplicas e dos filmes, que as técnicas de *marketing* e publicidade começam a tomar conta do comércio, em busca de atrair cada vez mais consumidores, que já não eram apenas a então burguesia, mas ganhavam massa e

corpo à medida que os funcionários das indústrias também adquiriam um maior poder de compra.

Foto 05 – Interior de uma loja com sistema *Cash and Carry* na década de 1940



Fonte: Printemps. Disponível em <<http://www.nebraskastudies.org/>>. Acesso em 04 jan. 2014.

Entretanto, somente no ano de 1930, no auge da Grande Depressão americana, o autosserviço ganha espaço, com a inauguração do primeiro supermercado nos moldes do que conhecemos nos dias atuais. Localizado em Nova Iorque na região de Long Island, o *King Kullen*, utilizando-se da técnica de autosserviço, conseguiu reduzir drasticamente as margens de ganho sobre as mercadorias e conseqüentemente oferecer produtos a preços mais competitivos, atraindo a atenção dos consumidores. Fez tanto sucesso que dez anos após sua inauguração já havia oito mil outros supermercados que adotavam esse modelo, somente nos Estados Unidos.

Nas primeiras décadas do século XX outro tipo de estabelecimento comercial também surgia e se expandia rapidamente nos Estados Unidos, os *shopping centers*. Na literatura a respeito do tema, o primeiro apontado é o *Country Club Plaza*, aberto no ano de 1922 na cidade de Kansas City; entretanto, alguns autores

consideram que o pioneiro seria o *Market Square*, localizado na cidade de Chicago e inaugurado em 1916.

Foto 06 – Fachada do *County Club Plaza* em Kansas City



Fonte: Tommy Brison. Disponível em <<http://www.tommybrison.com>>. Acesso em 04 jan. 2014.

Embora ambos tivessem lojas diversas, opções de lazer e área específica para estacionamento de carros, o que os diferenciava era que o *Country Club* nasceu com um sistema de gerenciamento mais próximo do atual, com uma entidade independente organizando a distribuição do espaço e alugando lotes para o dono de cada loja, e por isso normalmente é considerado o pioneiro no setor.

Este formato se baseia no agrupamento de estabelecimentos comerciais localizados em um único endereço, possibilitando ao consumidor encontrar diversos produtos e serviços em um mesmo local, associados à parte de estacionamento. Nesse primeiro momento da criação dos *shopping centers*, que se estende até a década de 1950, havia uma variação grande de tipologias espaciais, embora todas tivessem em comum a localização: sempre junto a grandes vias de circulação. Em

seu trabalho sobre os *shopping centers*, Garrafa (2011) aponta três arranjos espaciais predominantes no período:

- lojas abertas para a rua com parque de estacionamentos na parte posterior do lote;
- bloco de lojas voltadas para o parque de estacionamento; e
- o surgimento do *mall* com loja âncora.

Tal modelo de empreendimento se consolida de vez a partir da segunda metade do século XX. Embora a inauguração na cidade de Seattle do *Northgate Mall*, no ano de 1950, tenha sido o marco do modelo de *shopping center* que conhecemos, foi com a inauguração na cidade de Detroit do *Northland Mall* em 1954, desenhado pelo arquiteto austríaco Victor Gruen, o qual viria a desenvolver mais de 50 *shopping centers* nos Estados Unidos, que se inicia uma nova era do comércio. O *Northland Mall* contava com 110 lojas-satélites, duas lojas âncoras e quatro mil vagas de estacionamento, localizados em uma área de 200 mil m² situada a 16 km do centro da cidade, números impressionantes para a época.

Foto 07 – Vista aérea do *Northland Mall* na época de sua inauguração



Fonte: Reurbanist. Disponível em <<http://reurbanist.com/>>. Acesso em 05 jan. 2014.

É importante destacar que o desenvolvimento do novo formato de comércio, entre a segunda metade do século XIX e a primeira do século XX, foi acompanhado também de uma série de inovações tecnológicas e técnicas de vendas que permitiram a consolidação desses estabelecimentos. Dentre os equipamentos que revolucionaram a atividade comercial encontramos as máquinas registradoras, as escadas rolantes, o elevador e os carrinhos de compras; já entre as técnicas podemos destacar a utilização do aço na construção civil, os cupons, os catálogos de venda, os *outdoors*, as vitrines e a publicidade.

Entretanto, a evolução da estrutura comercial está diretamente ligada ao desenvolvimento dos meios de transporte, num primeiro momento com transporte público de massas, em especial na Europa, composto por trens, metrô, ônibus e bondes elétricos que traziam as pessoas do subúrbio para a área central, onde se localizavam as lojas de departamento; e posteriormente com a consolidação do transporte individual, em especial nos Estados Unidos, onde o uso do carro se popularizava rapidamente – no ano de 1929 já haviam sido licenciados mais de 23 milhões de veículos de passageiros – e passava a ser o principal meio de transporte no deslocamento entre o subúrbio e a área central das cidades.

A partir da segunda metade do século XX, surgem ainda algumas inovações importantes, como as portas automáticas e o código de barras, mas o que viria a transformar definitivamente o setor comercial seria a consolidação do uso do cartão de crédito, que permitia ao consumidor comprar os produtos sem a necessidade do pagamento imediato da mercadoria, e a introdução das técnicas modernas de *marketing*, fazendo com que a indústria deixasse de cuidar apenas de seus produtos e de sua imagem, e passasse a se preocupar também com o consumidor.

Figura 06 - Anúncio do lançamento do primeiro *shopping center* do Brasil

LANCADO!
SHOPPING CENTER IGUATEMI
O PRIMEIRO DE SÃO PAULO. O MAIOR DA AMÉRICA DO SUL.

Para você:
A oportunidade de ter lojas
localizadas em uma e única concentração.

Para São Paulo:
Maravilhosa cidade de compras e
diversas que vendem o melhor por onde
para cada estilo de pessoas.

1 Ter o melhor
preço das lojas presentes.

2 Ter o melhor
preço das lojas presentes.

3 Ter o melhor
preço das lojas presentes.

4 Ter o melhor
preço das lojas presentes.

**ESTACIONAMENTO
PARA 1.000
AUTOMÓVEIS!**

ALFREDO MATHIAS

Fonte: Estado de São Paulo. São Paulo, 14 fev. 1965, p. 8-9.

Após a consolidação dos *shopping centers* a partir dos anos 1950 – sendo *Iguatemi* o primeiro a ser inaugurado no Brasil, na cidade de São Paulo, no ano de 1966 – verificamos o desenvolvimento de alguns novos formatos comerciais, bem como uma especialização daqueles já consolidados. Surgem então os hipermercados, as lojas de conveniência, a venda via telefone, as *vending machines*, os *outlets*, o comércio eletrônico, que por sua vez possuem diversas subdivisões e categorias, as quais serão tratadas a seguir.

1.5 DEFINIÇÕES E CLASSIFICAÇÕES DO COMÉRCIO

Em um estudo realizado na Universidade de Lisboa, sob a coordenação de Salgueiro (1996), que trata das profundas transformações pelas quais passa o comércio mundial e de seus impactos na sociedade e na cidade, em particular em Portugal, a autora apresenta alguns conceitos sobre o tema que são importantes para o presente estudo. Inicialmente a autora busca distinguir a diferença entre o comércio e a distribuição:

O comércio é uma fase intermediária entre a de produção de bens ou serviços e a do seu consumo e utilização, tendo por função levar/disponibilizar as mercadorias até aos consumidores. Distinguem, no geral, dois tipos de comércio, que correspondem a duas etapas nos circuitos de comercialização dos produtos, o comércio **grossista**³ e o comércio **retalhista**⁴. SALGUEIRO (1996, p. 1)

O comércio varejista é aquele que oferece diretamente aos consumidores artigos dos quais eles necessitam. Também possui uma forte tendência para a concentração em pontos centrais para sua clientela e apresenta um padrão espacial relativamente disperso, uma vez que acompanha as áreas de concentração de consumidores, embora nem sempre esteja distribuído proporcionalmente em relação às maiores concentrações de população, uma vez que o fator renda e localização são variáveis cruciais na escolha de determinados pontos em detrimento de outros.

O comércio atacadista é aquele que abastece tanto o comércio varejista em geral, como aquele consumidor que esteja disposto a comprar artigos idênticos em uma quantidade maior, com o objetivo de obter descontos em relação à compra de um volume menor. Entretanto, para efeitos deste trabalho, toda vez que citarmos a

³ Comércio grossista equivale ao comércio atacadista no Brasil.

⁴ Comércio retalhista equivale ao comércio varejista no Brasil.

atividade comercial, a não ser que seja devidamente apontado, estaremos tratando apenas do comércio varejista.

Todo o percurso ou todas as etapas percorridas pelos bens e serviços, através de diversos agentes econômicos com diferentes funções, desde o local da sua produção até serem colocados à disposição do consumidor final, é denominado “circuito de distribuição”.

Os vários agentes que podem intervir nesses circuitos são os fabricantes, os transportadores, os agentes importadores, os atacadistas, os varejistas e ainda uma multiplicidade de agentes intermediários, tais como representantes comerciais, entre outros, conforme apontado pela autora:

Ultimamente, com o desenvolvimento de empresas que acumulam as funções grossista e retalhista, tende a falar-se de distribuição no sentido integrado daqueles dois ramos, compreendendo esta o conjunto das actividades que se sucedem desde que um produto fica concluído até o seu uso pelo consumidor, chegando a incluir serviços de pós-venda (SALGUEIRO, 1996, p. 3).

Este circuito pode ser classificado segundo o número de intermediários que nele atuam, podendo ser direto, curto ou longo. Todavia, com o surgimento de grandes grupos empresariais que acumulam todas as funções entre o produtor e os consumidores, independentemente de que as várias atividades sejam realizadas pelo próprio grupo ou terceirizadas a outras empresas, caso comum no setor de transporte de mercadorias, a autora busca utilizar a palavra “distribuição” em detrimento de “comércio”, uma vez que com o desenvolvimento de novas formas de comércio nem sempre é fácil classificar uma determinada empresa em varejista ou atacadista.

Em relação às formas de organização da distribuição, a autora (1996, p. 4) aponta que a classificação mais usual é a que distingue comércio independente, associado e integrado, ou seja:

Comércio independente ou isolado: é a forma tradicional do comércio, caracterizada pela presença de empresas de dimensões relativamente modestas, categoria que prevalece na maioria dos países, embora sua participação no volume de transação tenha diminuído nos últimos anos.

Comércio associado: compreende empresas juridicamente independentes que se associam para obter economias de escala numa parte das suas atividades, mais frequentemente a das compras e armazenagem.

Comércio integrado: é uma forma de concentração obtida dentro da mesma empresa ou grupo que, devido ao crescimento, tende a reunir as funções de atacadista e varejista. Aparece no geral associado às grandes cadeias que operam lojas generalistas ou especializadas, bem como vendas por meio de catálogos e/ou correio⁵.

Além das questões relativas à organização do comércio a autora ainda faz referência aos problemas de classificação das atividades, uma vez que existem diversas formas de fazer isso e cada autor pode escolher aquela que melhor se adapta ao seu foco de trabalho ou estudo.

Uma primeira forma de classificação pode se dar por meio do agrupamento de estabelecimentos de comércio varejista de acordo com a filosofia de vendas, diferenciando aqueles que apostam nas políticas de preços, nos serviços prestados aos clientes ou na imagem da loja.

Outro critério bastante utilizado baseia-se na dimensão das empresas e dos estabelecimentos, tanto em termos de volume de vendas ou de funcionários, quanto em relação à área total e a superfície de vendas das instalações físicas de uma

⁵ No texto original a autora faz referência apenas às vendas por correspondência, as quais já não são predominantes nos dias atuais, tendo sido substituídas pelo comércio eletrônico.

determinada loja. Também podemos classificar de acordo com critérios de variedade de artigos e da qualidade dos produtos, bem como uma combinação de ambos.

Tendo como base a filosofia de vendas, Salgueiro (1996, p. 7-11) classifica-os como: itinerante, loja tradicional, livre serviço, ao domicílio, por correspondência, distribuidor automático e venda eletrônica a distância:

Venda itinerante: é aquela realizada normalmente em feiras, onde o vendedor se desloca fazendo no geral uma volta que o leva a parar nos mesmos locais em intervalos regulares.

Venda por loja tradicional: é uma evolução da venda itinerante, aplica-se a todo tipo de produtos, e os estabelecimentos podem ser mais ou menos especializados, maiores ou menores. Nesse tipo de venda as características pessoais do vendedor, como sua simpatia e poder de argumentação, desempenham um papel muito influente, podendo mesmo ser mais importantes que os artigos que comercializa.

Venda por livre serviço: método mais moderno de comercialização de produtos, é aquele no qual os consumidores têm acesso direto às mercadorias expostas. Implica uma organização diferente da loja, no geral com localização dos caixas junto da saída, e nele assume maior importância a exposição dos artigos.

Venda ao domicílio: é um sistema em que o consumidor recebe a visita do vendedor em sua própria casa ou no local de trabalho. É no geral praticada pelos fabricantes para um leque reduzido de bens e serviços

Venda por correspondência: sistema no qual o consumidor recebe, em sua residência ou local de trabalho, informações sobre determinados artigos que pode encomendar por correio ou telefone.

Venda por distribuidor automático: é praticada em locais públicos de grande movimento ou mesmo dentro de empresas privadas, e refere-se a um número limitado de produtos e serviços.

Venda eletrônica a distância: corresponde ao *teleshopping*, em que os artigos são apresentados no televisor e a encomenda é feita por telefone.

Já se tomarmos a classificação com base na localização do estabelecimento utilizada por Parente (2000, p. 332-339) e BNDES (2000), podemos distribuir o comércio varejista em três grupos distintos: o centro comercial não planejado, o centro comercial planejado e a loja isolada.

Em relação ao primeiro, podemos dizer são aqueles pontos que tiveram uma evolução espontânea em função de um fator desencadeador qualquer, como por exemplo, a proximidade de um determinado mercado consumidor (demanda).

Normalmente o modelo de centro comercial não planejado ocorre tanto nas áreas centrais da cidade como nos bairros (podendo até vir a se formarem subcentros), sendo classificados como: zona comercial do centro da cidade, zona comercial de bairro e zona comercial de vizinhança. Nesse modelo há um predomínio do comércio tradicional ou lojas de rua, terminologia que será adotada neste trabalho para denominar os estabelecimentos comerciais localizados nos centros comerciais não planejados.

Já os centros comerciais planejados são empreendimentos desenvolvidos especificamente para formar um complexo comercial integrado, composto de várias unidades varejistas que oferecem uma linha de produtos variada e complementar. O *shopping center* é o principal exemplo, embora ainda encontremos as galerias e outros modelos de centros comerciais que também se encaixam neste modelo.

Em relação aos *shopping centers*, é necessário diferenciá-los em algumas categorias, uma vez que com a expansão desse tipo de estabelecimento a partir da segunda metade do século XX, apontada anteriormente, encontramos modelos distintos de operação, cuja predominância varia de acordo com as características do mercado local. Na literatura sobre o tema encontramos em geral oito tipos de *shopping*, embora no Brasil haja predominância de apenas cinco deles.

Quadro 01 – Classificação dos tipos de *shopping centers*

Shopping	Conceito	Âncora	Exemplos
Vizinhança	Tem entre 3 mil e 15 mil m ² com um conceito de "conveniência".	Loja âncora normalmente é um supermercado	Pátio Cotia (Cotia/SP), Shopping Plaza Anchieta (Belo Horizonte/MG)
Comunitário	Entre 10 mil e 35 mil m ² com um conceito de "mercadoria geral"	Lojas de departamentos, lojas de descontos, supermercados e/ou hipermercados.	Shopping Metrô Tucuruvi (São Paulo/SP), Pátio Batel (Cutitiba/PR), Shopping Cidade (Belo Horizonte/MG)
Regional	Entre 40 mil e 80 mil m ² com um conceito de "mercadoria geral", porém com cerca de 50% alugadas a lojas-satélites de vestuário. É o modelo mais comum no Brasil.	Lojas de departamentos completas; lojas de departamentos juniores, lojas de descontos e/ou hipermercados.	Barra Shopping (Rio de Janeiro/RJ), Morumbi Shopping (São Paulo/SP), Center Shopping (Uberlândia/MG).
Especializado/ Temático	Entre 8 mil e 25 mil m ² , especializado em um ramo específico como moda, decoração ou material esportivo.	Em geral não possui âncora	Ponteio Lar Shopping (Belo Horizonte/MG), Auto Shopping Global/SP)
Outlet	Entre 5 mil e 40 mil m ² cujo conceito são lojas de fábricas e <i>off-price</i> , preços baixos, lojas mais simples com aluguéis menores, custo de construção mais reduzido e diferenças de acabamento. Normalmente localizado no entorno de grandes cidades.	Normalmente grandes lojas de fábricas	Outlet Premium (Camaçari/BA), BH Outlet (Belo Horizonte/MG)
Power Center	Entre 8 mil e 25 mil m ² , cujo conceito é Category Killer.	Lojas de departamentos ou de descontos; clubes de compra e <i>off-price</i> . Possuem um	Não é comum no Brasil.

		conjunto de lojas âncoras com poucas lojas satélites.	
Discount Center	Entre 8 mil e 25 mil m ² , possuindo lojas que trabalham com grandes volumes de produtos a baixos preços.	Em geral não possui âncora.	Não é comum no Brasil.
Festival Mall	<i>Shoppings</i> pequenos com tamanhos entre 8 mil e 25 mil m ² com conceitos de Restaurantes, Lazer, Cultura	Em geral não possui âncora.	Não é comum no Brasil.

Fonte: Moacyr (1998), adaptado por JESUS, V. L. R., 2013.

Outros modelos de centros comerciais planejados são os hipermercados, que abrigam um conjunto de lojas-satélites nas suas dependências; além dos aeroportos, estações de trem, metrô e rodoviárias e os postos de gasolina, que vêm desenvolvendo minicentros comerciais como complemento aos serviços que oferecem.

Foto 08 – Complexo de lojas do aeroporto de Dubai



Fonte: Travel images. Disponível em <<http://www.travel-images.com/>>. Acesso em 06 jan. 2014.

Por fim, temos a loja isolada (*free standing*), modelo de comércio que não conta com outras lojas próximas para alavancar sua atratividade, localizadas em geral ao longo de importantes avenidas ou vias expressas. Normalmente são compostas por estabelecimentos comerciais que conseguem exercer um forte poder de atração por si só. No caso brasileiro as mais comuns são as grandes lojas de material de construção, como a C&C, Telha Norte e Leroy Merlin; as lojas de decoração e equipamentos para o lar, como a Tok & Stok e a Etna; os clubes de compra como Makro; e os hipermercados, como o Carrefour, Extra e Walmart.

Quadro 02 – Uberlândia (MG) - Tipos de comércio – 2013

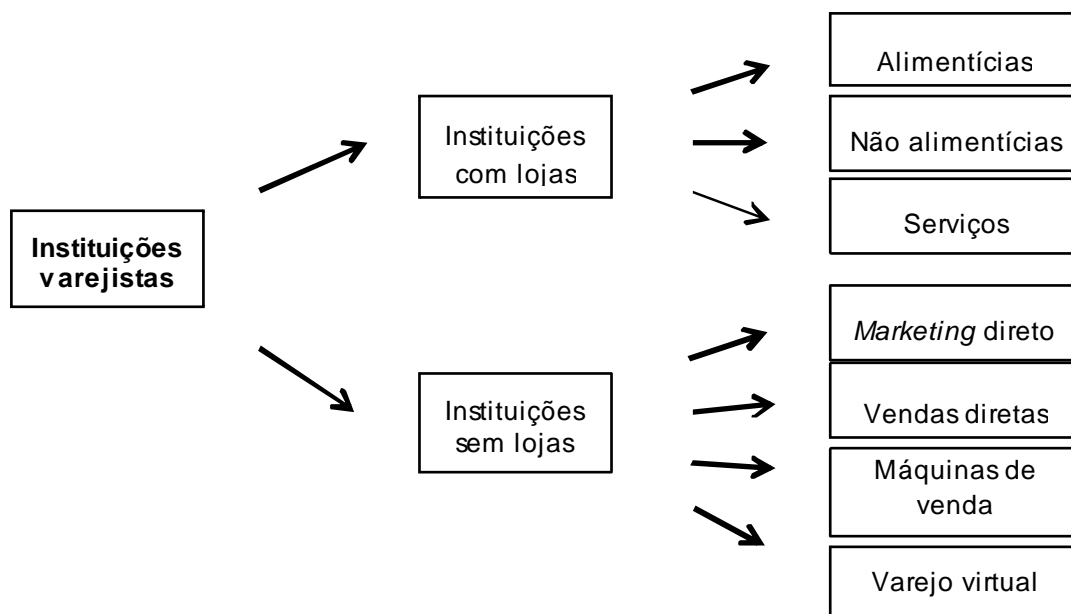
Tipo de comércio	Conceito		Exemplo
Centro comercial não planejado	Locais onde exista concentração de lojas com evolução espontânea.	Zona Comercial do Centro da Cidade	Av. Floriano Peixoto; Av. Afonso Pena.
		Zona Comercial do Bairro	Luizote de Freitas (Av. José Fonseca e Silva; Morumbi (Av. Antônio Jorge Isac).
		Zona Comercial de Vizinhança	Ruas com pequena concentração de lojas de produtos de conveniência.
		Concentração em um tipo de produto.	Av. Vasconcelos Costa (material de construção); Av. João Pinheiro (venda de veículos usados).
Centro comercial planejado	Empreendimentos desenvolvidos especificamente para formar um complexo comercial com um composto de produtos variados.		Center Shopping; Uberlândia Shopping; Extra Hipermercado.
Lojas isoladas	Não contam com outras lojas para alavancar sua atratividade.		Telha Norte; Makro; Bahmas; Atacadão Martminas.

Fonte: Elaborado por JESUS, V. L. R., 2013.

Outra forma de classificar o comércio varejista é pela natureza do composto de varejo, ou seja, aqueles elementos usados pelos varejistas para satisfazer as necessidades de seus clientes. Para Levy & Weitz (2000, p. 44), quatro elementos são particularmente úteis para classificar os varejistas: o tipo de mercadoria, a variedade e sortimento, o nível de atendimento ao cliente e o preço da mercadoria.

Entretanto, uma classificação comum a diversos autores, como Kotler (2000), Levy & Weitz (2000) e Parente (2000), é a categorização das atividades varejistas em dois sistemas distintos: o varejo com loja e o sem loja, sendo que o com lojas pode ser dividido em três tipos diferentes: alimentícias, não alimentícias e de serviços. Já o varejo sem lojas pode ser classificado em quatro modelos distintos: *marketing* direto, vendas diretas, máquinas de vendas e varejo virtual. A seguir iremos discriminar cada um deles, apontando os formatos comerciais mais comuns no mercado varejista brasileiro.

Figura 07 – Classificação e formatos varejistas



Fonte: Elaborado por JESUS, V. L. R., 2013.

Em relação ao varejo alimentício com lojas encontramos no Brasil diversos formatos e tipos de lojas alimentícias que, para efeitos de classificação, são separados de acordo com: a área média do estabelecimento e número médio de itens à venda, o número de *check outs* e variedade de seções. Dentre os principais formatos podemos destacar:

Quadro 03 – Classificação dos vários formatos de varejo alimentício

Formatos de loja	Áreas de Venda/ m ²	Nº médio de itens	Nº de check outs	Seções	Exemplo
Açougue	20-50	250	-	Carne, aves, suínos, mercearia	Formatos de varejo regional, sem expressão nacional
Mercearias	20-50	500	-	Mercearia, frios, laticínios e bazar	
Minimercado	50-100	1000	1	Mercearia, frios, laticínios e bazar	
Padaria	150-300	1000	-	Padaria, mercearia, frios, laticínios, lanches	
Loja de conveniência	50-250	1000	1-2	Mercearia, frios, laticínios, bazar, lanches	Select (Posto Shell), Hungry Tiger (Posto Esso)
Loja de sortimento limitado	200-400	700	2-4	Mercearia, frios, laticínios, bazar e perecíveis (limitado)	Dia% (Carrefour), Econ (hard discount)
Supermercado compacto	300-700	4000	2-6	Mercearia, hortifruti, carnes, aves, frios, laticínios, bazar	Supermercado Jóia, Supermercado Ponto final.
Supermercado convencional	700-2500	9000	7-20	Mercearia, hortifruti, carnes, aves, frios, laticínios, peixaria, bazar	Pão de Açúcar, Champion (Carrefour)
Superloja	3000-5000	14000	25-36	Mercearia, hortifruti, carnes, aves, frios, laticínios, peixaria, padaria, bazar, têxtil, eletrônicos	Supermercado Marcos, Campeão Supermercados
Hipermercado	7000-16000	45000	55-90	Mercearia, hortifruti, carnes, aves, frios, laticínios, peixaria, padaria, bazar, têxtil, eletrônicos	Carrefour, Extra (Pão de Açúcar), Big (Sonae)
Supercenter	12.000-19.000	60000	70-75	Mercearia, hortifruti, carnes, aves, frios, laticínios, peixaria, padaria, bazar, têxtil, eletrônicos	Wal-Mart, Condor, Supercenter Angeloni
Loja-depósito	4000-7000	7000	30-50	Mercearia, hortifruti, carnes, aves, frios, laticínios, peixaria, bazar, têxtil, eletrônicos	Stock Center
Clube atacadista	5000-12000	5000	25-35	Mercearia, hortifruti, carnes, aves, frios, laticínios, bazar, têxtil, eletrônicos	Makro, Sam's Club

Fonte: Moura (2005, p. 66).

Já no que refere ao varejo não alimentício com lojas, encontramos no Brasil uma predominância ainda de poucos modelos. Embora exista uma variedade de tipologias, em especial nos Estados Unidos, poucos obtiveram sucesso no país. Entretanto, nos últimos anos temos verificados algumas importantes transformações

que vêm atraindo muitas empresas internacionais. Dentre os principais modelos, podemos destacar:

Quadro 04 – Classificações do varejo não alimentício com lojas

Tipo	Variedade	Sortimento	Serviço	Preços	Tamanho (em m²)	Localização
Lojas de departamentos	Ampla.	Profundo para médio.	Médio para alto.	Médio para alto.	9.300 - 18.600	<i>Shopping centers</i> regionais.
Lojas tradicionais de descontos	Ampla.	Médio para baixo.	Pouco.	Baixos.	25.000 – 30.000	Lojas isoladas, <i>shopping centers</i> de comunitários.
Lojas tradicionais em produtos diferenciados	Pequena.	Profundo.	Alto.	Baixos.	370 – 1.100	<i>Shopping centers</i> regionais.
Especialistas de categoria	Pequena.	Muito profundo.	Pouco.	Muito baixos.	4.600 – 11.100	Lojas isoladas, <i>shopping centers</i> de comunitários.
Warehouses e clubs	Média.	Baixo.	Pouco.	Baixos.	7.400 – 9.300	Lojas isoladas.
Hipermercados	Ampla.	Média.	Pouco.	Baixos.	18.600	Lojas isoladas.
Lojas de descontos	Média.	Profundo, mas variante.	Pouco.	Baixos.	2.300 – 3.700	Lojas isoladas, <i>shopping centers</i> de comunitários e <i>outlets</i> .

Fonte: Levy & Weitz (2000, p. 51).

No varejo de serviços, diferentemente daqueles apresentados anteriormente, o consumidor não adquire a posse dos bens comprados, mas sim seus benefícios. O varejo de serviços possui características próprias que o diferenciam dos demais, como a intangibilidade: não há um produto para se tocar ou experimentar antes de adquirir; a perecibilidade: não há possibilidade de estocagem do serviço; a inseparabilidade: diferentemente dos produtos que são produzidos e depois armazenados, nos serviços a produção e o consumo são simultâneos; e a heterogeneidade: existe uma variação da qualidade do serviço prestado, dependendo de vários fatores, alguns inclusive fora do controle do prestador de serviços.

É importante destacar que em muitos casos há uma combinação das atividades de varejo de serviço e varejo de produtos, como, por exemplo, nos *pet*

shops, onde parte das atividades refere-se aos serviços, como os banhos, a tosa e a consulta veterinária; e parte relaciona-se à venda de produtos, como rações, brinquedos etc. Por outro lado, atividades típicas de varejo de produto também têm oferecido serviços como forma de complementar sua oferta, como nos casos de papelarias que oferecem serviços de fotocópias. Entretanto, para fins de classificação adota-se aquela atividade predominante no estabelecimento.

O varejo sem loja utiliza-se de uma estratégia de *marketing* que não está baseada em loja tradicional. O desenvolvimento das tecnologias de comunicação e informação, associado às mudanças nos estilos de vida e à possibilidade de efetuar compras dos mais diversos tipos de produtos e serviços sem sair de casa, vem alterando rapidamente o setor varejista. Muitas lojas que antes só trabalhavam com o varejo de loja hoje oferecem também a possibilidade de se realizar compra por meio do varejo sem loja, o varejo virtual, e muitas outras empresas já surgem baseadas apenas nesse modelo de negócio, sem nunca abrir nenhuma loja física.

De acordo com Parente (2000, p. 35), podemos classificar o varejo sem loja em quatro principais tipos: o *marketing* direto, as vendas diretas, as máquinas de venda (*vending machines*) e o varejo virtual. Já Levy & Weitz (2000, p. 77-99) adotam uma classificação similar, mas com cinco formatos distintos: varejo de malas-diretas e de catálogos, compras em casa pela TV, máquinas de venda, vendas diretas e compra interativa em casa, a saber:

Quadro 05 – Classificações do varejo sem loja

Tipo	Característica	Produtos oferecidos
Mala-direta	Folhetos, catálogos, cartas de reembolso postal, em que também são oferecidos e apresentados produtos e serviços.	Ferramentas, viagens, casas, alimentos, revistas, academias.
Telemarketing	Contatos telefônicos, em que são apresentados e oferecidos determinados	Cartões de créditos, assinatura de jornal, revistas.

	produtos ou serviços.	
Varejo virtual / online	Varejo eletrônico, o varejo oferecido por meio da internet, locais que possibilitam e oferecem ao consumidor final comodidade para que ele efetue toda transação de compra. Grande parte do varejo do com lojas oferece seus produtos e serviços de forma <i>on line</i> .	<i>Websites</i> , supermercados, bancos, ferramentas, alimentos, roupas, eletrodomésticos.
Venda porta a porta	Forma direta de venda ao consumidor, contato pessoal, demonstração e explicação dos produtos.	Perfumes, livros.
Venda por máquinas	Produtos oferecidos por meio de máquinas em que o consumidor deposita dinheiro. Essas máquinas geralmente estão instaladas em locais de grande circulação de pessoas.	Café, refrigerantes, salgadinhos, doces, sucos.

Fonte: Casas & Garcia (2007, p. 26).

1.6 NOVOS FORMATOS COMERCIAIS

Embora o comércio varejista possa ser classificado pelos formatos, tipologias e modelos de lojas apresentados anteriormente, trata-se de um setor que se encontra em constante transformação e inovação. Mudanças estas que se dão pela adoção de novas técnicas e métodos de comercialização, por necessidade de adaptar-se a um novo urbanismo comercial, por mudanças de hábitos e estilo de vida dos consumidores, ou para se diferenciar em um mercado cada vez mais competitivo.

A seguir apresentaremos algumas dessas mudanças que já são realidade no segmento varejista e outras que são apostas para o futuro. Em estudo de 2010 da empresa de consultoria e pesquisa em tendências e inovações, a PFSK, realizado na perspectiva das marcas, consumidores e varejistas, destacando como a tecnologia e nossos sentidos exercem um papel na experiência de varejo dentro e

fora das lojas, foi feito um relatório sobre as 10 principais tendências que impactarão o varejo do futuro, a saber (SEBRAE/RS, 2012):

1 – O mundo como experiência de varejo: é a possibilidade de comprar qualquer coisa, a qualquer hora, em qualquer lugar. Tecnologias de pagamento *mobile* e identificação de produtos estão possibilitando aos usuários interagir e comprar virtualmente qualquer produto, de qualquer lugar do mundo, mesmo que não disponível em nenhum varejo tradicional. A capacidade de uma pessoa de comprar qualquer coisa que vê reduz o caminho da compra, transformando qualquer encontro em uma oportunidade de venda.

2 – Pré-visualização da compra: com aparelhos *mobile* mais inteligentes e tecnologia de GPS aprimorada, o consumidor terá acesso a detalhes sobre o ambiente de varejo, antes mesmo de visitar a loja. A informação poderá ter a forma de uma visão do interior da loja ou de direções que ajudarão consumidores a navegar melhor pelos corredores e localizar produtos com mais facilidade. Além disso, para oferecer mais conveniência e eficiência, essa tecnologia também permite informações em tempo real sobre o tráfego nas lojas, o que afeta os hábitos como desperdício de tempo no dia de visita ao local.

3 – Serviços habilitados para *tablets* e *smartphones*: a introdução de aparelhos *mobile* com acesso à internet no ambiente de varejo está possibilitando aos varejistas oferecer um nível mais alto de serviço aos seus consumidores. A experiência dentro da loja já pode permitir acesso em tempo real a informações da *web*, assim como assistência pessoal da equipe de vendas, para criar uma experiência de compra personalizada que ajuda na fidelização.

4 – A venda do ideal: o consumidor busca por produtos e experiências com uma imagem ideal em mente de como eles vão se encaixar na sua vida. As empresas

estão explorando maneiras de traduzir de uma melhor forma essa imagem para a realidade por meio de usos inovadores das plataformas de comunicação. Tais ferramentas, que permitem aos consumidores ter suas expectativas atendidas mais cedo no processo, evitam desperdício de tempo mais adiante.

5 – Toda loja como principal: é o nível mais alto de experiência em todos os pontos de contato. Os varejistas estão repensando as maneiras como utilizam o espaço físico nas lojas, deixando de lado a ideia de simplesmente fazer a venda e focando, em vez disso, o cultivo de uma experiência de imersão com a marca. Como resultado, todas as lojas estão sendo repaginadas como lojas principais, incorporando elementos de *storytelling* e entretenimento junto a demonstrações de produtos e *displays* interativos. Detalhes que trazem um nível de descobrimento e educação para a experiência de compra, fazendo com que cada visita tenha a sensação de um evento, em vez de uma transação.

6 – Curadoria complementar: os varejistas estão aumentando suas ofertas centrais ao trazer outras marcas e serviços relevantes para suas lojas. Esses alinhamentos estratégicos oferecem aos consumidores conveniência *one-stop* e recomendações com base no seu gosto, valorizando a experiência de compra e fortalecendo a fidelidade.

7 – Decoração mutável: para manter as lojas sempre renovadas e relevantes, os varejistas estão construindo seus ambientes com a mudança em mente. Os *displays* e a decoração são feitos para ter mobilidade e flexibilidade o suficiente para serem modificados. Assim, a experiência no varejo pode ser facilmente adaptada e atualizada para se manter em dia com as novas tendências e atitudes.

8 – Levando as lojas até o consumidor: em esforço para conectar de forma melhor com consumidores fora do ambiente tradicional de varejo, diversos varejistas

estão viajando até seu público. Seja pegando a estrada ou visitando residências, as marcas estão criando experiências únicas ao entregar produtos e serviços diretamente para as pessoas, geralmente em locais inesperados.

9 – Show & Tell instantâneo: as redes sociais *mobile* e tecnologias para conexão dentro das lojas estão possibilitando aos consumidores receber, em tempo real, *feedback* de amigos e estranhos com gostos parecidos. A disponibilidade de opiniões instantâneas e conselho de amigos está transformando até mesmo uma compra solitária em uma experiência mais social, além de ajudar as pessoas a fazer melhores escolhas sobre o que comprar.

10 – A força do grupo: os consumidores estão usando as redes *online* para fazer compras colaborativas, as quais ajudam a aumentar seu poder individual de consumo. Ao se conectar com compradores de gostos comuns, todos podem aproveitar os descontos e exercer influência sobre os produtos e serviços oferecidos pelo vendedor. Ao mesmo tempo, os varejistas estão dando boas-vindas às compras coletivas *online*, que permitem o acesso a um público mais amplo e a possibilidade de fazer vendas maiores.

Dentre essas 10 principais tendências para o futuro do varejo apresentadas no estudo realizado pela consultoria PSFK, podemos destacar quatro fatores que estão presentes na maioria delas: a experiência de compra, a conveniência, o uso intenso das tecnologias da informação e o uso de redes sociais como suporte do consumidor.

Em relação à experiência de compras, diversas lojas vêm buscando oferecer uma vivência para o consumidor que vai além do simples ato de entrar em uma loja, escolher um produto e ir embora. Buscam, dessa forma, valorizar a própria marca ou a marca daqueles produtos ofertados em sua loja. Por exemplo, no segmento de

comercialização de produtos eletroeletrônicos e eletrodomésticos, cada vez é mais comum encontrar um local específico na loja onde o cliente possa viver a experiência da marca; assim, são instalados espaços nos quais o conforto do ambiente de sua casa é recriado a partir dos produtos de determinada marca.

Outra estratégia adotada pelas lojas é agregar valor à experiência de compra por meio da oferta de serviços complementares, como estacionamento grátis, espaço *kids*, serviços de alimentos e bebidas, entre outros. Uma tática seguida recentemente tanto por lojas de departamentos, lojas independentes e até mesmo *shopping centers*, é a contratação de *personal shoppers*, profissionais que acompanham os consumidores durante o ato de sua compra, assessorando-os com dicas de estilo e moda.

O Shopping Villa-Lobos, em São Paulo, oferece um novo serviço aos seus clientes: o de *Personal Shopper* que dá dicas de moda, tendências, beleza, entre outras. O atendimento começa com uma breve entrevista, onde a *personal shopper* Claudia Mattos vai entender quais são os objetivos do cliente, o que quer comprar, quanto quer gastar, se sua intenção é renovar o guarda-roupa, comprar roupas corporativas ou outro. A partir dessas informações, será traçado um roteiro de compras respeitando as preferências e o orçamento do cliente. (BLOG SÃO PAULO PRÉT A PORTER. São Paulo, 19/09/2012).

As empresas varejistas também têm buscado se diferenciar por meio da criação de lojas conceituais e lojas *design*, com o objetivo de reunir, em um só espaço, tendências, estilo, moda e *design*, de forma a proporcionar uma experiência única ao cliente. Para Cherto (REVISTA EXAME, 05 out. 2005), "Mais que gerar uma receita extra, a loja conceitual proporciona ao consumidor uma experiência completa da marca".

Empresas dos mais diversos segmentos vêm abrindo lojas conceituais e/ou de *design* oferecendo uma nova experiência de compras para seus clientes. Em Melbourne, na Austrália, a empresa *The Candy Room*, especializada no comércio de doces, inovou criando uma loja cujo *design* remete aos valores da infância, fantasia

e ao mundo dos doces. Em Xangai, na China, a *Barbie Store*, localizada em um edifício de cinco andares, é uma loja totalmente dedicada à famosa boneca *Barbie*, da fábrica de brinquedos americana *Mattel*, elevando a experiência de comprar uma simples boneca para outro nível.

Foto 09 - Loja *Candy Room* em Melbourne



Fonte: Candy Room. Disponível em <<http://thecandyroom.com.au/>>. Acesso em 12 dez. 2013.

Quanto à conveniência, verifica-se nos últimos anos o incremento de duas tendências principais: a primeira, o aumento do comércio de vizinhança e a segunda, a melhoria dos sistemas de *delivery*.

Em relação ao aumento do comércio de vizinhança, grandes varejistas globais vêm investindo na abertura de lojas mais compactas localizadas nos bairros. No segmento de supermercados, grupos como Tesco, um dos principais do setor no mundo, vem apostando nesta tendência há alguns anos. Em 1994, a Tesco abriu a primeira loja *express* e hoje somente na cidade de Londres são quase 60 lojas semelhantes e no formato metro, que é ainda mais compacto. Outra gigante do setor, a empresa francesa Carrefour, contava em 2012 com mais de 5 mil lojas abertas em todo o mundo no formato *express*.

No Brasil a empresa adotou uma estratégia um pouco diferente, com o conceito do “Carrefour Bairro”, que assim como no caso das lojas *express* tem por objetivo a conveniência, mas com um tamanho de um supermercado médio. O principal concorrente do Carrefour no país, o Grupo Pão de Açúcar, de propriedade da também empresa francesa Casino, segue o mesmo passo da rival, apostado em conveniência, com o lançamento no ano de 2012 da marca Minimercado Extra, cujo formato é mais similar àquele adotado nos países europeus, de loja pequena.

O Grupo Pão de Açúcar (GPA) elegeu a bandeira Minimercado Extra como sua principal frente de abertura de lojas. A rede abrirá 15 lojas no formato entre novembro e dezembro e pretende chegar ao fim do ano com 170 unidades, 63 a mais do que em 2012. As novas unidades representam um avanço do grupo sobre o varejo de vizinhança, segmento dominado pelos “mercadinhos de bairro” (O ESTADO DE SÃO PAULO, 16/11/2013).

Os centros comerciais também adotaram novos formatos para oferecer mais conveniência aos seus clientes, chamados de *shopping de bairro*, *shopping de vizinhança*, *street malls* ou *mini malls*. São todos formatos que se diferenciam dos *shopping centers* tradicionais por estarem localizados em áreas de grande adensamento residencial e pelo número reduzido de lojas.

Embora alguns autores os classifiquem de acordo com o número de lojas ou área bruta locável mínima e máxima, na prática, encontramos nos últimos anos uma grande diversidade de empreendimentos surgindo com formatos muito variados, fator que dificulta bastante fixar um parâmetro para tais empreendimentos.

Em relação às suas características, quanto à edificação, encontramos centros comerciais que adaptaram antigas construções para suas instalações e outros planejados; quanto à localização, encontramos este tipo de empreendimento tanto na zona central, na zona periférica do centro quanto nos bairros; em relação ao tamanho, existem desde pequenos centros com quatro lojas até centros de médio porte com até 50 lojas; já quanto ao tipo de lojas, encontramos desde centros

comerciais temáticos voltados para um segmento específico, como alimentos e bebidas, casa e decoração, etc., como centros multiuso, com um *mix* variado de lojas e serviços.

Assim como no caso do *shopping center* tradicional de grande porte, o de pequeno porte também “surge quase conjuntamente à formulação do produto imobiliário, disposto como uma indústria, com seus métodos próprios de produção, distribuição e venda de mercadorias” (GARREFA, 2010, p. 63) e passa a ser alternativa de investimento imobiliário, em especial em cidades médias como Uberlândia, que apresentam taxas de crescimento econômico acima da média brasileira.

Vendo o crescimento do comércio de vizinhança, grandes grupos empresariais, além de incorporadoras, começam a criar divisões para explorar o setor, como o Grupo Pão de Açúcar, a BRstores e a Florida Center. Essas empresas desenvolveram novos espaços comerciais junto a empreendimentos que já fazem parte de seu portfólio, como os supermercados e postos de gasolina, no caso das duas primeiras empresas, bem como explorando novos nichos de mercados como, por exemplo, junto a condomínios residenciais, no caso da terceira empresa.

O grande crescimento pelo qual passa o segmento ocorre principalmente em função da expansão do setor de *franchising* nos últimos anos, que busca alternativas em relação aos centros comerciais tradicionais, os quais exigem um alto investimento inicial e cobram taxas elevadas para a manutenção do estabelecimento. De acordo com reportagem do site IG (IG ONLINE, 16 set. 2013):

Esses espaços já estão no radar de redes de franquias, pois são uma opção para os franqueadores continuarem a crescer após forte expansão nos últimos anos. Além disso, podem oferecer custos mais baixos do que os de *shoppings*, e chamar mais atenção do que lojas de rua, fora de endereços comerciais.

Para além do comércio de proximidade, outro fator que tem aumentado significativamente a conveniência nas compras, em especial no comércio eletrônico, são novos modelos de *delivery*, ou entrega do produto ao consumidor final. Durante muitos anos um dos grandes desafios do comércio eletrônico foi lidar com o tempo que um produto levava para chegar aos consumidores a partir do momento que estes finalizavam suas compras.

Entretanto, hoje já é possível realizar a compra e receber o produto no mesmo dia, principalmente nos grandes centros urbanos, que ainda concentram a maior parte das compras *online*. Quer seja pela entrega feita pelos *motoboy*s no Brasil, quer seja entregues por bicicleta (mais comum na Europa e Estados Unidos) ou pela adoção de novas estratégias de *delivery*, como empresas americanas que mantêm armários em pontos estratégicos nas grandes cidades e permitem que o usuário, mediante uma senha própria, retire a mercadoria pessoalmente.

De qualquer forma, as entregas de compras realizadas *online*, tendem a ser cada vez mais rápidas e baratas, o que gera um grande desafio em termos de readequação da atual estrutura das empresas que atuam nesse mercado. Todavia, o desafio gera também novas oportunidades de negócios, como por exemplo, empresas que desenvolvem novas embalagens para o *delivery* de determinados tipos de comida, buscando entregar um produto com a mesma qualidade que o cliente consumiria na própria loja.

Porém umas das principais mudanças no varejo são aquelas geradas pelo uso intenso das tecnologias de informação e das redes sociais, tanto por parte do consumidor como dos varejistas, com o aumento significativo do número de usuários de internet em todo o mundo, inclusive no Brasil, em especial por meio das tecnologias *mobile*.

A popularização dos *smartphones* com acesso à internet gera inúmeras novas oportunidades de negócios. Aparelhos dotados de sistemas de GPS permitem que empresas rastreiem clientes e enviem automaticamente ofertas específicas quando detectam a presença deles nas proximidades das lojas. Isso é possível graças a programas como o *Shopkick*, que, através de um sistema que emite uma determinada frequência de som, permite que uma empresa parceira se comunique com o aplicativo instalado no aparelho do usuário.

Em 2013 mais de seis milhões de usuários utilizavam esse aplicativo, somente nos Estados Unidos, possibilitando às empresas realizar ofertas direcionadas ao perfil de cada cliente. Embora ainda pouco difundido no Brasil, o rastreamento de consumidores via *smartphones* começa a virar uma realidade, conforme aponta a reportagem abaixo:

Algumas iniciativas já começaram a surgir por aqui. O aplicativo de compras Belezuca, espécie de *Shopkick* brasileiro, foi lançado em maio. Entre os parceiros do Belezuca, que iniciou suas operações no Rio de Janeiro, estão algumas franquias da rede de lanchonetes Subway. O Belezuca permite que as empresas saibam qual é o perfil dos consumidores que entram nas lojas — quando se registram voluntariamente no sistema — e enviem ofertas direcionadas para cada segmento do público (REVISTA EXAME, 24 out. 2013).

Inovações também têm sido aplicadas ao setor varejista mais tradicional, como o de supermercados, no qual a introdução de *QR Code Scanning*, um tipo de código de barras cuja leitura é realizada por meio de aparelhos *mobile* e permite ao usuário ter acesso a diversas informações sobre o produto e armazená-las em seu aparelho.

A varejista Tesco criou na Coreia do Sul o supermercado virtual, localizado nas estações de metrô da capital, onde os passageiros podem comprar em minutos, por meio de um aplicativo no *smartphone*, produtos para serem entregues em casa. A compra é realizada por meio de painéis gigantes, com imagens de produtos

dispostos em uma prateleira similar às dos supermercados, que exhibe itens de chás a ração para cachorro, e pela leitura dos *QR Code* através de um aplicativo próprio instalado em aparelhos *mobiles*, é possível efetuar a compra e receber o produto diretamente em casa.

Segundo a Tesco, a estratégia foi bem-sucedida e aumentou as vendas da empresa em 130% em três meses, o que deu margem para outras 21 lojas virtuais serem instaladas no metrô sul-coreano e em pontos de ônibus – um número ainda pequeno se considerada a extensão do metrô local, que cobre todo o país, incluindo cidades no interior. O aplicativo para smartphones da *Home Plus* já ultrapassou a barreira de 1 milhão de *downloads* e o número de usuários cadastrados cresceu 76% em três meses (O ESTADO DE SÃO PAULO. São Paulo, 24 out. 2013).

O novo modelo de negócio foi introduzido de forma experimental em uma estação de metrô no ano de 2010 na Coreia do Sul, por ser um dos países com uso mais intenso das tecnologias *mobiles*, e atualmente já conta com mais de 30 lojas espalhadas por estações de metrô e pontos de ônibus da capital Seul. No ano de 2013 foram lançadas as primeiras 11 lojas em Londres, no Reino Unido, sede da empresa, sendo que a primeira loja foi instalada no aeroporto de Gatwick.

Foto 10 - Supermercado virtual da Tesco na Coreia do Sul



Fonte: O Estado de São Paulo. São Paulo, 24 out. 2013.

Seguindo este mesmo modelo de negócio a loja de departamento *online* indiana *Yebhi.com*, lançou no ano de 2013, 30 lojas virtuais nas cidades de Nova Deli e Bangalore localizados dentro de cafeterias da empresa *Café Coffee Day*, uma das principais redes de *coffee shops* da Índia. Entretanto a maior iniciativa de lojas virtuais ocorreu na China, quando em 2012, a empresa *Yihaodian*, plataforma de supermercado *online*, cujo controle foi adquirido pela gigante americana do varejo

Walmart, lançou da noite para o dia 1.000 lojas virtuais localizadas nos principais pontos de referência do país.

Já em relação ao uso das redes sociais no mercado varejistas, hoje já podemos falar do *Social Commerce (S-commerce)*, quando as interações relacionadas à compra de algum produto são iniciadas ou promovidas em redes sociais. Atualmente há pessoas que estudam especificamente o *Facebook Commerce*, definição adotada para o comércio eletrônico promovido por meio da principal rede social em nível mundial, o *Facebook*.

Na prática o *S-commerce* funciona por meio da integração de sua experiência de compra com os relacionamentos de sua rede social. Ao comprar um produto, a empresa que está lhe oferecendo algo, ao detectar sua conexão a uma rede social, permite a você compartilhar com outros membros de sua rede particular a fim de que possam avaliar a qualidade, preço etc.

Desta forma clientes podem obter opiniões diversas sobre o produto que desejam comprar e empresas têm a oportunidade de divulgar seus artigos para um número de clientes potenciais, sem nenhum custo adicional. Claro que nesse modelo de negócio são necessários acompanhamento e monitoramento constantes por parte das empresas, uma vez que comentários negativos sobre o seu produto podem afetar sua imagem e inviabilizar vendas.

CAPÍTULO 2 – CENTRO E CENTRALIDADE NA CONTEMPORANEIDADE

2.1 AS DINÂMICAS DA ÁREA CENTRAL

A área central possui significativa magnitude enquanto forma espacial e tem importante papel na articulação das diferentes partes do tecido urbano. Para Corrêa (2000), seu surgimento está relacionado diretamente com a Revolução industrial e o aumento do fluxo de pessoas e mercadorias entre a cidade e o mundo externo a ela.

Os transportes assumiram um papel fundamental na consolidação dessas áreas, em especial a partir da metade do século XIX, em que as estações ferroviárias e os portos permitiam o escoamento da produção de manufaturados e a comunicação com o mundo exterior.

No entorno dos terminais de transporte instalavam-se as indústrias, os depósitos, as empresas de comércio atacadista responsáveis pelo escoamento da produção, o setor financeiro emergente e toda uma série de serviços auxiliares, públicos e privados, que davam suporte à grande massa de trabalhadores e da recente burguesia que se estabeleciam nesse setor da cidade.

À medida que a cidade evoluía e a sua área central se consolidava, o valor da terra urbana passou a exercer um papel fundamental na dinâmica de seu crescimento e fatores como a infraestrutura urbana e de transporte passaram a ser questões determinantes.

Num primeiro momento aqueles fatores que tornaram as áreas centrais tão atrativas foram também os responsáveis pelo processo de descentralização das cidades. Dentre eles podemos citar o aumento constante do valor da terra, dificuldades de encontrar novos espaços para expansão, abertura de novos empreendimentos, restrições legais para construções de novas edificações, falta de

infraestrutura urbana adequada e aumento significativo do fluxo de pessoas e veículos.

Também contribuíram para o processo o rápido crescimento da população, que migrava do campo para a cidade em busca de novas oportunidades; a expansão do sistema de transporte público, em especial o ferroviário; e o baixo valor das terras localizadas em regiões mais afastadas da área central.

A descentralização ocorreu de forma tão intensa que ao final do século XIX as grandes metrópoles já estavam consolidadas. A partir das primeiras décadas do século XX as áreas industriais e residenciais se deslocam para o entorno da área central, enquanto as atividades de comércio varejista e serviços ali permanecem.

As cidades norte-americanas são as áreas urbanas que melhor representam esse modelo de cidade no começo do século passado. Sua área central se caracterizava principalmente como o local onde surgiam os primeiros arranha-céus, possíveis graças aos avanços tecnológicos nas técnicas de construção, que passarão a utilizar estruturas de ferro no lugar de madeiras e adotarão os elevadores elétricos, possibilitando criar edifícios cada vez mais altos, permitindo desta forma o máximo aproveitamento do valor da terra e, conseqüentemente, o aumento dos lucros do proprietário do capital imobiliário.

Esse novo modelo de construção de edificações é denominado, na arquitetura e urbanismo, Escola de Chicago ou Estilo Comercial, sendo utilizado inicialmente na reconstrução da cidade de Chicago no final do século XIX, após esta ter sido bastante destruída por um incêndio.

Para os autores Horwood & Boyce (1959), a área central da cidade americana, denominada *Central Business District* – CDB, pode ser dividida em dois setores distintos: o núcleo central de negócios (*core*) e a zona periférica do centro

(*frame*), sendo que o núcleo central é aquela área caracterizada pelo uso intensivo do solo e pela maior concentração de atividades sociais e econômicas, em especial de comércio e serviço.

Também é a área que concentra o poder de decisões tanto de empresas privadas como do setor público, com grande número de edificações verticalizadas, completa infraestrutura urbana e alto fluxo de pessoas e veículos. Já a zona periférica do centro se caracteriza pelo uso semi-intensivo do solo, maior horizontalidade das edificações, menor valor da terra e facilidade de acesso à área central (RIBEIRO FILHO, 2004).

Foi durante aproximadamente os 25 anos que se seguiram ao final da Segunda Guerra Mundial, período que Hobsbawm (1995) classifica como a “Era de Ouro”, que as cidades passaram por um período de intensa prosperidade econômica e transformações sociais que viriam a definir o rumo das atuais metrópoles. Mudanças que podem ser verificadas pelo crescimento acelerado da população das cidades, da intensificação do uso do automóvel privado como meio de transporte e de uma nova expansão suburbana.

Todos esses fatores acentuaram os principais processos de transformação que ocorriam no espaço urbano, tais como a expansão, dispersão, descentralização, especialização e segregação, de uma forma mais ou menos intensa de acordo com cada caso.

A novidade dessa transformação está tanto em sua extraordinária rapidez quanto em sua universalidade. Claro, as partes desenvolvidas do mundo, isto é, para fins práticos, as partes central e ocidental da Europa e da América do Norte, além de uma pequena faixa de ricos e cosmopolitas em toda parte, há muito viviam num mundo de constante mudança, transformação tecnológica e inovação cultural. Para eles, a revolução da sociedade global significou uma aceleração ou intensificação de movimento a que já se achavam acostumados em princípio. (...) Mas para a maior parte do globo as mudanças foram igualmente súbitas e sísmicas. Para 80% da humanidade, a Idade Média acabou de repente em meados da década de 1950; ou talvez melhor, sentiu-se que ela acabou na década de 1960 (HOBSBAWM, 1995, p. 283).

A consolidação da metrópole e o surgimento das grandes áreas metropolitanas são para Castells (2000) a forma urbana do mais recente estágio do capitalismo industrial no período pós-guerra. A nova metrópole se caracteriza pelo intenso processo de dispersão de pessoas e atividades em direção ao subúrbio, favorecido principalmente pelo crescimento do uso do automóvel, em especial nos Estados Unidos, e pela expansão do transporte ferroviário na Europa, na primeira metade do século XX e, de forma generalizada, em todo o mundo a partir da segunda metade do século.

O processo de dispersão e descontinuidade da cidade também se favorecia de um verdadeiro *boom* imobiliário, conforme aponta Hall (1995, p. 373): “o entrecchoque sobreveio com a massificação da construção, evidentemente necessária para acomodar a era da automobildade universal das cidades”.

A participação do Estado no financiamento do setor imobiliário foi fundamental para o processo de suburbanização das cidades e como forma de ativar a economia e recuperar o sistema bancário duramente afetado pelas crises da primeira metade do século XX, conforme aponta Gottdiener (1995, p. 242) ao analisar o caso norte-americano:

Os analistas convencionais repetiram, muitas vezes, que o desenvolvimento suburbano ocorreu por causa de uma demanda insaciável, por parte dos americanos, de casas. Contudo, é claro que esse crescimento maciço não teria ocorrido depois da Segunda Guerra Mundial não fossem os vários tipos de subsídios governamentais para garantir a oferta dessa forma particular de moradia.

O novo modelo de cidade coloca em xeque o papel do centro urbano e a operatividade da centralidade nesta nova realidade urbana. Para Tourinho (2004, p. 44), nesse momento a discussão sobre os centros históricos, os centros direcionais e os CDBs ganha corpo, evidenciando assim o fim do modelo monocêntrico.

Aparece então a cidade polinucleada, composta por diversos subcentros, que surgem tanto de forma espontânea como planejada e passam a oferecer serviços e atividades comerciais que concorrem com o centro principal. Além das mudanças de estilo de vida nas metrópoles modernas, muitas das áreas centrais das cidades passaram em um determinado momento por um processo de declínio e/ou transformação de suas características originais, demandando do Poder Público iniciativas que permitissem a adequação a esse novo modo de viver nas cidades, tema que será tratado a seguir.

2.2 AS INTERVENÇÕES NAS ÁREAS CENTRAIS

As áreas centrais possuem um importante significado para a população. A pluralidade e o patrimônio cultural constituem uma matéria-prima a ser preservada e valorizada. Entretanto, o que se tem verificado, em maior ou menor grau, é a degradação dessas regiões.

O processo de deterioração intensifica-se a partir da segunda metade do século XX, dando início a uma série de intervenções que pretendiam reverter o quadro. No caso norte-americano a decadência é evidenciada por Jacobs (2001, p.188) no início dos anos 1960:

A decadência dos centros das cidades norte-americanas não é misteriosa, nem se deve à sua anacronia, nem ao fato de os usuários terem sido afugentados pelos automóveis. Eles estão sendo estupidamente assassinados, em boa parte por políticas deliberadas de separar os usos de lazer dos usos de trabalho, em consequência do mal-entendido de que isso seja um planejamento urbano ordenado.

No caso brasileiro, embora o surgimento das grandes cidades tenha ocorrido de maneira mais tardia, o abandono das áreas centrais inicia-se nos anos 1970.

Diversos aspectos contribuem para tal degradação, entre os quais podemos destacar (BRITO, 1988, p. 9):

1- Motivos gerais da degradação:

- crescimento desordenado da cidade;
- precário planejamento do desenvolvimento territorial; e
- inadequada mudança de usos e funções.

2- Efeitos da degradação:

- a desconexão urbana viária e funcional ou remodelação do tecido antigo para atender às novas demandas;
- arruinamento do parque habitacional ou sua substituição por edifícios de nova construção, com frequência, com alto índice edificável;
- a marginalização social ou a substituição da população local por novos extratos sociais, segundo as atividades que se instalam (gentrificação); e
- a falta de vitalidade econômica ou a manutenção da economia urbana mediante a instalação de atividades alheias à estrutura físico-social existente.

De forma geral, as intervenções realizadas nos últimos anos nas áreas centrais de diferentes cidades buscam alterar a realidade nas regiões que se encontram em decadência econômica e social, e procuram, entre outros fatores:

- humanização dos espaços coletivos produzidos;
- valorização dos marcos simbólicos e históricos existentes;
- incremento dos usos de lazer;
- incentivo à instalação de habitações de interesse social;
- preocupação com aspectos ecológicos; e
- participação da comunidade na concepção e implantação.

Existem diversas formas de intervenções urbanas nas áreas centrais, e embora se utilize bastante o termo “revitalização”, principalmente nos documentos oficiais, muitas vezes os conceitos são empregados de forma errônea ou alteram o seu significado com o passar dos anos.

Também verificamos que muitos estudos apresentam termos diversos sem defini-los, como se a sua conceituação fosse conhecida *a priori* - o que nem sempre é certo. Em outros casos se utilizam termos sem o devido cuidado com a sua correspondência aos significados que lhes têm sido conferidos pelo seu uso corrente na literatura urbana.

Para evitar esse problema, indicaremos de forma sucinta a conceituação de alguns termos relacionados à temática, utilizados por Adams (2002) em seu livro sobre preservação urbana.

Quadro 06 – Diferentes modelos de intervenção urbana em Áreas Centrais

Reabilitação urbana	É uma estratégia de gestão urbana que procura requalificar a cidade pelas intervenções múltiplas destinadas a valorizar as potencialidades sociais, econômicas e funcionais, melhorando a qualidade de vida das populações residentes. Isso exige o aprimoramento das condições físicas do parque construído pela sua reabilitação e instalação de equipamentos, infraestrutura, espaços públicos, mantendo a identidade e as características da área da cidade a que dizem respeito.
Reconstrução	É o restabelecimento, com o máximo de exatidão, de um estado anterior conhecido, distinguindo-se pela introdução na substância existente de materiais diferentes, sejam novos ou antigos (não confundir nem com recriação, nem com a reconstituição hipotética).
Reedificação	É a nova construção de monumentos, geralmente após catástrofes recentes, que provocaram destruição de ação rápida, tais como guerras, incêndios, terremotos, etc. Trata-se de ações excepcionais e geralmente ocorrem para atender a uma forte vontade popular. São realizadas com auxílio da pesquisa científica e das fontes documentais, podendo ou não acontecer na forma exata do elemento que desapareceu. No primeiro caso trata-se de cópias.
Reintegração	É o assentamento de pequenas partes parcialmente perdidas, reconstruindo as lacunas de pouca identidade com técnica claramente distinguível ao olhar ou com zonas neutras aplicadas em nível diferente do das partes originais ou deixando à vista o suporte original (particularmente nos pontos de enlace com as partes antigas).

Réplica	É a duplicação de um artefato objetivando a substituição do original para salvaguardá-lo do desgaste pelo uso irregular ou excessivo.
Requalificação urbana	Aplica-se sobretudo a locais funcionais diferentes da “habitação”. São operações destinadas a dar uma atividade adaptada a esse local no contexto atual.
Restauração	É o restabelecimento da substância de um bem em um estado anterior conhecido.
Revitalização urbana	Engloba operações destinadas a relançar a vida econômica e social de uma parte em decadência da cidade. Aplica-se a todas as zonas da cidade com identidade e características marcadas – ou sem elas.

Fonte: Adams (2002, p. 147), adaptado por JESUS, V.L.R.

O debate sobre as áreas centrais, que é uma reflexão sobre a história, se faz a partir da tomada de consciência das funções simbólicas dos espaços urbanos. Para Blanco & Gamez (1997, p. 45), o centro histórico ou centro tradicional, mais que qualquer outro fragmento urbano, é um espaço simbólico, entendido como o local que permite expressar e receber categorizações afetivas, originadas por elementos significativos ou monumentais contidos nele. Além de contribuir com o processo de identificação, provoca sentimentos de enraizamento e é lugar de memória coletiva.

O primeiro período de intervenções urbanas nas áreas centrais, que vai de 1950 até o início dos anos 1970, é conhecido como Renovação Urbana. Calcado nos ideais do modernismo, iniciados com a Carta de Atenas de 1933 e difundidos pelo movimento arquitetônico modernista conhecido como Estilo Internacional, possuía uma abordagem de intervenção bastante radical em suas ações, cujo propósito era o de demolir e construir para renovar.

A intenção era a de eliminar o congestionamento das áreas centrais, criando vias amplas, estacionamentos, e de trazer a natureza de volta para a cidade, sendo necessário para isso abrir espaços entre os edifícios.

Esse processo ocorreu de forma mais intensa nas cidades norte-americanas que adotaram como estratégia a desapropriação de extensas áreas pelo Poder Público para a construção de novos edifícios pelo setor privado e a recuperação do vigor econômico baseado no conceito de criação de ruas de uso exclusivo de pedestres nas principais ruas de compras, conhecidos como “calçadões” no Brasil.

Nos anos seguintes a essas intervenções, diversos críticos apontavam que havia uma falta de visão empresarial dirigida aos planos e projetos realizados, principalmente do ponto de vista da dinâmica urbana; um excesso de oferta de escritórios e imóveis comerciais e um forte processo de gentrificação, que ocorre por meio da expulsão da população de baixa renda que residia na área central (Castilho & Vargas, 2009, p. 14).

O surgimento de reivindicações populares deu início na Europa a experiências voltadas à preservação dos valores emocionais ligados às áreas antigas da cidade. Dá-se início então ao período de intervenções conhecido como Preservação Urbana, que ocorre no final dos anos de 1960 e se estende até princípios dos anos 1990.

Nesses anos inicia-se a negação do modernismo e a determinação de novas bases, tais como: a busca por referenciais mais humanos, a valorização dos marcos históricos e simbólicos existentes por meio de políticas de preservação do patrimônio arquitetônico e cultural, o incremento de atividades de turismo e lazer nesses locais e a ampliação da consciência ecológica (Castilho & Vargas, 2009, p. 17). Busca-se assim uma nova vitalidade no centro histórico do ponto de vista econômico, funcional, social e também ambiental.

Um importante exemplo da política de transformação das áreas centrais que tiveram como foco a recuperação da economia urbana foram as experiências

emblemáticas do *Baltimor Inner Habor*, em Baltimore; do *Quincy Market* e do *Boston Waterfront*, ambos em Boston.

Foto 11 – Quincy Market em Boston após sua revitalização



Fonte: MediImages/Getty Images. Disponível em <<http://www.britannica.com/>>. Acesso em: 08 jan. 2014.

De acordo com José (2004, p. 25), essa estratégia era realizada por profissionais especializados em combinar fundos públicos e privados em empreendimentos de larga escala, que associavam remoção da população pobre residente, com a inserção de novas atividades econômicas. Tais iniciativas introduziram um novo modelo de revitalização de antigas áreas centrais, pela diversificação de atividades como recreação, cultura, compras, habitação para faixas diversificadas de renda, além da reciclagem de antigas estruturas arquitetônicas para novos usos.

As intervenções permitiram tanto a valorização simbólica de regiões que estavam sendo desprestigiadas pelas classes de maior poder aquisitivo, quanto a atração de milhares de turistas interessados no consumo na cidade. Por outro lado, embora a maior parte dos recursos investidos nas obras tenha sido do governo

federal, os agentes privados direcionavam o programa a ser implantado, resultando em vantagens baseadas na recuperação de valores imobiliários.

Outra estratégia adotada por urbanistas ficou conhecida como Conservação Urbana Integrada (CI). Nasce nos anos de 1970, a partir da experiência de reabilitação do centro histórico de Bolonha, na Itália. Neste período os princípios da CI foram muito utilizados nas cidades italianas e espanholas, principalmente por governos de esquerda, que procuravam criar uma imagem política de eficiência administrativa, justiça social e participação popular.

Os princípios da CI foram sistematizados na Declaração de Amsterdã em 1975 (IPHAN, 1995, p. 229-241) e, em linhas gerais, apresentavam as seguintes diretrizes sobre o patrimônio arquitetônico:

- contribui para a tomada de consciência da comunhão entre história e destino;
- é composto de todos os edifícios e conjuntos urbanos que apresentem interesse histórico ou cultural. Nesse sentido, extrapola as edificações e conjuntos exemplares e monumentais para abarcar qualquer parte da cidade, inclusive a moderna;
- é uma riqueza social; portanto, sua manutenção deve ser uma responsabilidade coletiva;
- a sua conservação como patrimônio deve ser considerada como o objetivo principal do planejamento urbano e territorial;
- as municipalidades são as principais instituições responsáveis pela conservação; portanto, devem trabalhar de forma cooperada;
- a recuperação de áreas urbanas degradadas deve ser realizada sem modificações substanciais da composição social dos residentes nas áreas reabilitadas;

- a conservação integrada deve ser calcada em medidas legislativas e administrativas eficazes;
- a conservação integrada deve ser apoiada por sistemas de fundos públicos que apoiem as iniciativas das administrações locais;
- a conservação do patrimônio construído deve ser assunto dos programas de educação, especialmente dos jovens;
- deve ser encorajada a participação de organizações privadas nas tarefas da conservação integrada;
- deve ser incentivada a construção de novas obras arquitetônicas de alta qualidade, pois elas serão o patrimônio de hoje para o futuro.

Para Lapa & Zanchetti (2002, p.31) as primeiras aplicações da CI foram realizadas nas antigas áreas residenciais nas periferias das áreas centrais e tinham por objetivo a recuperação da estrutura física, econômica e social da região, com a manutenção da população residente. Essa política procurava criar novos espaços públicos, áreas verdes e de recreação e a conversão de grandes edificações em equipamentos sociais de uso coletivo.

Num segundo momento, a partir dos anos 1980, a CI abandonou seu cunho social e passou a atuar como uma forma de revitalização ou reabilitação de áreas centrais degradadas ou obsoletas. Nesse momento, a política da CI visava à recuperação econômica e do valor imobiliário dos estoques de construções, especialmente daqueles tombados, localizados nas áreas centrais. Desta forma, a CI foi utilizada como estratégia, por parte do poder municipal, para agregar valor à economia urbana e atrair investimentos privados.

Em seu trabalho sobre o tema, Rivol (2000, p. 332) apresenta as principais mudanças ocorridas em algumas cidades europeias que adotaram políticas de recuperação de seus centros históricos (Quadro 07).

Um terceiro modelo de intervenção urbana, adotado entre os anos 1980 e 2000, é conhecido como Reinvenção Urbana, processo típico dessa nova sociedade do consumo cujas características foram tratadas no capítulo anterior.

A Reinvenção Urbana busca transformar o território em uma mercadoria para ser consumida por cidadãos de renda elevada, investidores e turistas, fazendo com que ele deixasse de ser prioritariamente o *locus* da produção para ser o *locus* do consumo, conforme apontado por Castilho & Vargas (2009, p. 32), dando início ao processo conhecido como *marketing* urbano (*city marketing*), que busca o desenvolvimento de políticas públicas de promoção da imagem das cidades.

Quadro 07 – Europa: Políticas de revitalização de Centros Históricos – 1970 a 2000

Cidade (país)	Período	Mudanças morfológicas	Mudanças funcionais	Mudanças sociais
Milão (Itália)	Inicia-se na década de 1970.	Renovação com a permanência dos edifícios monumentais, sem um contexto histórico ambiental.	Adapta-se o centro às novas funções do centro urbano da grande área metropolitana.	As classes altas e médias não abandonam o centro, porém o processo de reabilitação promoveu o aumento dos preços dos imóveis.
Nápoles (Itália)	Inicia-se na década de 1970.	Adota-se uma política de não intervenção devido às grandes dimensões e ao importantíssimo patrimônio existente no centro histórico.	Mantém a centralidade, mas com uma característica marcadamente de marginalidade econômica e social.	Mais da metade da população que ali residia (aproximadamente 400 mil pessoas) permanece na região. Os habitantes são compostos principalmente de famílias tradicionais de baixa renda e de maior idade ou de imigrantes das mais diversas origens.
Gênova (Itália)	Inicia-se na década de 1990.	Restauração dos edifícios históricos, manutenção do espaço público e reabilitação dos edifícios residenciais.	Atração de universidades, museus e atividades relacionadas à atividade cultural.	—————
Toulouse (França)	Inicia-se na década de 1980.	Reabilitação de habitações antigas, inicialmente a cargo da iniciativa privada (sobretudo particulares e alguns agentes do mercado	Aumentam as atividades terciárias no centro e o número de residências destinadas a classes de maior poder aquisitivo.	A reabilitação das habitações contribuiu para a aceleração do processo de gentrificação do bairro,

		imobiliário) e posteriormente também por parte do Poder Público.		uma vez que as habitações residenciais de função social praticamente desapareceram.
Londres – Docklands (Grã-Bretanha)	Inicia-se na década de 1980.	Renovação do antigo bairro portuário formado por velhos armazéns abandonados e moradias de baixa qualidade.	Construções de residências de luxo, instalação de novas empresas (principalmente do mercado editorial) e construção de novas zonas comerciais.	Acelerado processo de gentrificação com a expulsão de quase toda a população residente, de aproximadamente 50 mil pessoas.
Berlin – Kreuzberg (Alemanha)	Finais da década de 1970 e início da década de 1980.	Reabilitação e demolição em pequena escala. Implantação de jardins nos pátios interiores e reabilitação das fachadas. Construção de novos equipamentos e renovação do espaço público.	Estabilização da indústria local com a conservação e a modernização da indústria artesanal e antigas fábricas e a restauração do comércio.	Manutenção da população tradicional, com a participação ativa dessa população nos projetos de reabilitação e com a criação de programas de formação para a população jovem.

Fonte: RIVOL (2000), adaptado por JESUS, V.L.R. 2014.

O principal exemplo desse modelo de intervenção foram as obras realizadas para as Olimpíadas de 1992 em Barcelona, cidade que, além da transformação de sua área central, também realizou uma série de intervenções na área portuária, que se encontrava obsoleta e abandonada.

Em relação às intervenções realizadas na área central, verificamos que o conjunto da *Ciutat Vella* possuía, aos finais da década de 1970, uma das áreas mais degradadas de Barcelona, tanto em nível urbanístico como social. O modelo de intervenção inicialmente implantado pela administração local tinha como objetivos trabalhar três aspectos principais:

- estrutura morfológica e arquitetura;
- usos;
- estrutura social tradicional.

Quanto às mudanças da estrutura física, inicialmente foi realizada uma espécie de atuação seletiva, que pretendia preservar somente as partes da *Ciutat Vella* totalmente necessárias. Em relação aos usos, um dos objetivos mais importantes era a manutenção do uso residencial da área, que havia de ser

compatível com a indústria existente, de caráter artesanal, e com a atração de outras atividades relacionadas com o lazer e a cultura. Para tanto era necessário criar novos equipamentos dos quais o bairro era muito deficitário, e assim melhorar a qualidade de vida dos residentes em geral.

E finalmente, quanto à estrutura social tradicional, a intervenção deveria conseguir fixar a população residente, a qual deveria ser beneficiada tanto pelas mudanças físicas como pelas melhorias em geral trazidas pelo processo.

A partir da segunda metade da década de 1980, teve início um modelo de intervenção que transcendia a reabilitação das residências ou dos espaços públicos, ou seja, da simples reforma morfológica, para se converter em uma atuação voltada para a recuperação econômica e social da *Ciutat Vella*.

Tudo se tornou um verdadeiro plano estratégico, já que operativamente contemplava a identificação dos pontos fracos e fortes da região.

Entre os pontos fracos se destacavam (RIVOL, 2000):

- necessidade de disponibilizar um grande número de moradias para realocar as famílias afetadas pelas desapropriações;
- inexistência ou antiguidade das infraestruturas presentes no distrito;
- má acessibilidade ao distrito em relação ao resto da cidade;
- existência de uma estrutura comercial bastante antiga e inadequada às práticas comerciais modernas, além de um grande número de estabelecimentos fechados sem nenhuma atividade;
- predomínio de edifícios residenciais de má qualidade;
- problemas de tráfego local;
- falta de estacionamento.

Em relação aos pontos fortes se sobressaíam:

- consolidação de um projeto urbanístico com uma ordem de prioridades em relação às atuações;
- alto nível de participação;
- alto nível de consenso entre todos os agentes envolvidos no projeto;
- estado de necessidade de uma intervenção;
- decisão municipal de realizar um esforço econômico e organizativo para levar adiante o projeto;
- existência de um importante valor de centralidade e de respeitável patrimônio histórico e arquitetônico na região.

Pela valorização das variáveis positivas e eliminação das negativas, construiu-se um cenário que permitia a intervenção na área, baseado ao mesmo tempo na organização estrutural dos elementos institucionais públicos e privados.

Desta forma, foi colocada em prática uma série de planos de atuação em diversos âmbitos, que, acompanhados de estratégias de comunicação, pretendiam realizar a transformação do meio ambiente urbano e promover a melhora na qualidade de vida dos habitantes.

Já em 1988, é constituída a empresa mista *Promoció de Ciutat Vella S.A.* - PROCIVESA, permitindo a entrada do capital privado na gestão urbanística. O capital social da PROCIVESA no momento da sua formação era constituído por duas entidades públicas: o *Ajuntament de Barcelona* e a *Diputació Provincial de Catalunya*, que juntas controlavam 60%; e por entidades financeiras, empresariais, comerciais e de serviços que controlavam os 40% restantes. As principais funções dessa empresa eram:

- realizar estudos urbanísticos, inclusive a redação de instrumentos de planejamento e projetos de urbanização e de sua tramitação e aprovação;

- elaborar os projetos de reparcelação, compensação e expropriação;
- adquirir, por ela mesma, ou por meio de terceiros, terrenos e edifícios;
- executar, por ela mesma ou por meio de terceiros, obras de infraestrutura, urbanização e edificação, assim como de remodelação e reabilitação urbana e de dotação de serviços e instalações urbanas de uso e serviço público, além de realizar operações de reconstrução de edifícios e equipamento de qualquer tipo;
- estabelecer convênios com todo tipo de pessoas e organismos públicos e privados;
- receber apoio e investimentos e entrar no mercado de capital, por meio de operações de crédito ou qualquer modalidade de captação de recursos.

Para realizar todos esses processos complexos a PROCIVESA foi dotada de recursos econômicos, humanos e legais a fim de que pudesse trabalhar com maior agilidade. Os recursos econômicos ofereceriam viabilidade a todas as operações de expropriação. Os recursos humanos, por meio da formação de equipes de gestão do solo, coordenadas por um diretor, permitiriam tratar todos os casos de uma forma individualizada e assim apresentar soluções para os diversos problemas que pudessem surgir durante o processo de expropriação. Por último, os recursos legais permitiam uma grande capacidade e flexibilidade de negociação.

Todavia, para alcançar o êxito do processo de transformação urbana da *Ciutat Vella* era necessário que se criasse uma nova imagem do local. Esse era o papel do Estado: elaborar, junto com a intervenção urbana, um sentido de identidade coletiva na cidade, que no fundo visava criar a imagem de uma marca que fosse capaz de seduzir e cativar novos investimentos e principalmente os turistas.

De um lado, havia a necessidade de se ter uma imagem que fosse reconhecida e com a qual a população residente se identificasse, e por outro, a de

estar de acordo com os interesses dominantes que refletiam os programas de atuação realizados pelas instituições públicas. Mudar a imagem do bairro era essencial para seu processo de renovação, pois anteriormente estava associado a drogas, prostituição, delinquência, imigração ilegal e degradação urbana.

Assim, a imagem estereotipada do bairro vai aos poucos sendo substituída por uma nova, construída a partir dos equipamentos e atividades que se instalam no local.

Foto 12 – Criação de novos espaços públicos em Barcelona – A *Rambla do Raval*



Fonte: JESUS, V.L.R. 2002.

É importante salientar que todas essas intervenções acabaram resultando, em maior ou menor intensidade, em um processo de gentrificação, ocorrido tanto como resultado de uma política de revitalização que privilegiou determinados grupos sociais, em detrimento dos interesses da população local, como pode ter sido em decorrência de um processo natural de valorização da área e apropriação por novos agentes. Tal processo se intensifica principalmente no atual estágio de globalização da economia, no qual as cidades passar a ser consideradas mercadorias e em que:

A competição no interior de uma rede mundial é acirrada, as municipalidades se empenham para melhor vender a imagem de marca de sua cidade, muitas vezes em detrimento das necessidades da própria população local ao privilegiar o turismo, e neste sentido, favorecer a gentrificação de áreas a serem revitalizadas, principalmente aquelas áreas centrais e ditas históricas (JACQUES & VAZ 2003, p. 132-133).

Outra característica comum a todas as intervenções citadas anteriormente e apontada por Castilho & Vargas (2009, p. 33) é a intensificação dos projetos arquitetônicos e urbanísticos como forma de promoção político-partidária.

Entretanto, é importante destacar que grande parte das transformações urbanas implementadas nas áreas centrais de que se têm exemplos foi realizada em duas situações específicas: a primeira, nos grandes centros urbanos regionais, cujo papel da área central muitas vezes é o de um espaço de influência nacional, sede de importante parte do setor público e privado, em especial nos países europeus de menor dimensão geográfica.

A segunda situação se refere às transformações realizadas em centros históricos de cidades de pequeno e médio porte cujo principal objetivo inicialmente era a preservação do patrimônio histórico e, em alguns casos, de reativação da função comercial e econômica dessas regiões, em especial durante o processo de consolidação da atual União Europeia, que proveu um grande volume de recursos a fundo perdido para os projetos, recursos estes que atualmente são cada vez mais escassos e baseados em políticas de parceria público-privadas que escolhem criteriosamente as cidades com possibilidade de dar maior retorno financeiro aos investidores.

No caso brasileiro, os projetos de transformação urbana em áreas centrais possuem um forte viés preservacionista, buscando trabalhar basicamente em um conjunto de edificações que merecem ser preservadas por seu valor estético-cultural-histórico. Já as ações voltadas para a dinamização econômica e social

dessas regiões ainda são muito tímidas e pouco presentes nas estratégias adotadas pelo Poder Público.

Uma confirmação de tal característica é que, em nível federal, o principal órgão que trata do assunto é o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN, que atua na fiscalização, proteção, identificação, restauração, preservação e revitalização dos monumentos, sítios e bens móveis do país.

Também é o órgão responsável pelo tombamento de bens culturais, instrumento legal utilizado pelo Poder Público que tem como objetivo o reconhecimento, pela sociedade, do valor cultural do patrimônio a ser tombado, estabelecendo limites aos direitos individuais e impedindo que os bens venham a ser destruídos ou descaracterizados.

Outros programas voltados ao tema são: o *Programa Monumenta*, uma parceria do Ministério da Cultura com o Banco Interamericano de Desenvolvimento, que financia projetos de restauração e preservação de bens históricos; e o *Programa Nacional de Reabilitação Urbana*, do Ministério das Cidades, que oferece apoio à elaboração de planos de reabilitação de áreas urbanas centrais e a projetos de infraestrutura e requalificação de espaços de uso público em áreas centrais, tendo até o momento trabalhado com pouco mais de dez municípios brasileiros.

Dentre as principais experiências de políticas de intervenção em áreas centrais urbanas no país podemos destacar aquelas adotadas pelos municípios de São Paulo, Rio de Janeiro, Recife, Salvador, Porto Alegre, São Luís e Aracaju. Além das intervenções realizadas nessas metrópoles, encontramos ainda algumas experiências em cidades históricas brasileiras, voltadas exclusivamente para a preservação do patrimônio histórico edificado.

Foto 13 – Casario histórico restaurado no Pelourinho, em Salvador



Fonte: JESUS, V.L.R. 2006.

Todavia, são poucas as ações realizadas em cidades médias, como o caso de Uberlândia, que passaram por um intenso processo de crescimento nos últimos 50 anos e encontram desafios distintos daqueles que vemos nas grandes metrópoles, com particularidades advindas de sua realidade econômica, cultural ou até mesmo por suas características físicas e geográficas, que de certo modo contribuem para maior ou menor estagnação de sua área central.

Para exemplificar alguns dos modelos de intervenção urbana realizados mundialmente nos últimos anos, será apresentado a seguir o estudo de caso de duas cidades, ambas de grande porte, mostrando de forma sucinta o modo como tudo ocorreu.

O primeiro estudo apresentado será em Lisboa, onde foi realizado o estágio de doutorado no ano de 2011 junto ao Instituto de Geografia e Ordenamento do Território da Universidade de Lisboa, ocasião em que foram pesquisadas as políticas

públicas de revitalização da área central da cidade sob o enfoque da dinamização das atividades comerciais.

A segunda cidade será São Paulo, pesquisada em minha dissertação de mestrado realizado no Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina, na Universidade de São Paulo, na qual foram estudadas as políticas públicas de revitalização da área central sob o enfoque da implantação de atividades e equipamentos culturais.

Por meio do exemplo de Lisboa, pretende-se conhecer um pouco mais da experiência de uma cidade europeia cuja área central possui patrimônio histórico cultural bastante preservado e de grande valor. Embora seja a capital do país, trata-se de uma cidade com aproximadamente 550 mil habitantes, que faz parte de uma região metropolitana com mais de dois milhões de pessoas.

O estudo de caso de São Paulo nos permite conhecer como se dá o processo de intervenção em áreas centrais no Brasil, em uma cidade com mais de 10 milhões de habitantes inserida numa área metropolitana com cerca de 20 milhões de habitantes.

Tais exemplos não são apresentados no intuito de serem considerados modelos para aplicação na cidade de Uberlândia, mas sim com o objetivo de apontar principais erros e acertos que ocorreram em cada um, bem como compreender o papel do Poder Público nas intervenções urbanas de áreas centrais.

2.3 AS TRANSFORMAÇÕES DA ÁREA CENTRAL DE LISBOA

O “Plano de Reconstrução de Lisboa”⁶, como ficou conhecido, revelou-se de enorme valor inovador e introduziu uma série de técnicas construtivas inéditas para a época, com o objetivo de evitar que danos tão catastróficos se repetissem, dentre as quais podemos citar:

- novo sistema construtivo antissísmico denominado *Gaiola*;
- sistema de prevenção contra incêndios;
- equilíbrio na relação entre a altura dos edifícios e a largura das ruas;
- sistema de saneamento de esgotos e águas pluviais;
- utilização de mecanismos de perequação (distribuição igual e justa de uma coisa entre muitas pessoas).

O plano buscava realizar intervenções na área central de Lisboa, conhecida como o conjunto da Lisboa Pombalina, que compreende os setores da Praça do Rossio e Figueira, Chiado e Alto Santa Catarina, Baixa Pombalina, Zona Baixa de Alfama, Terreiro do Paço e São Paulo, que por sua vez engloba distintas freguesias (Figura 08).

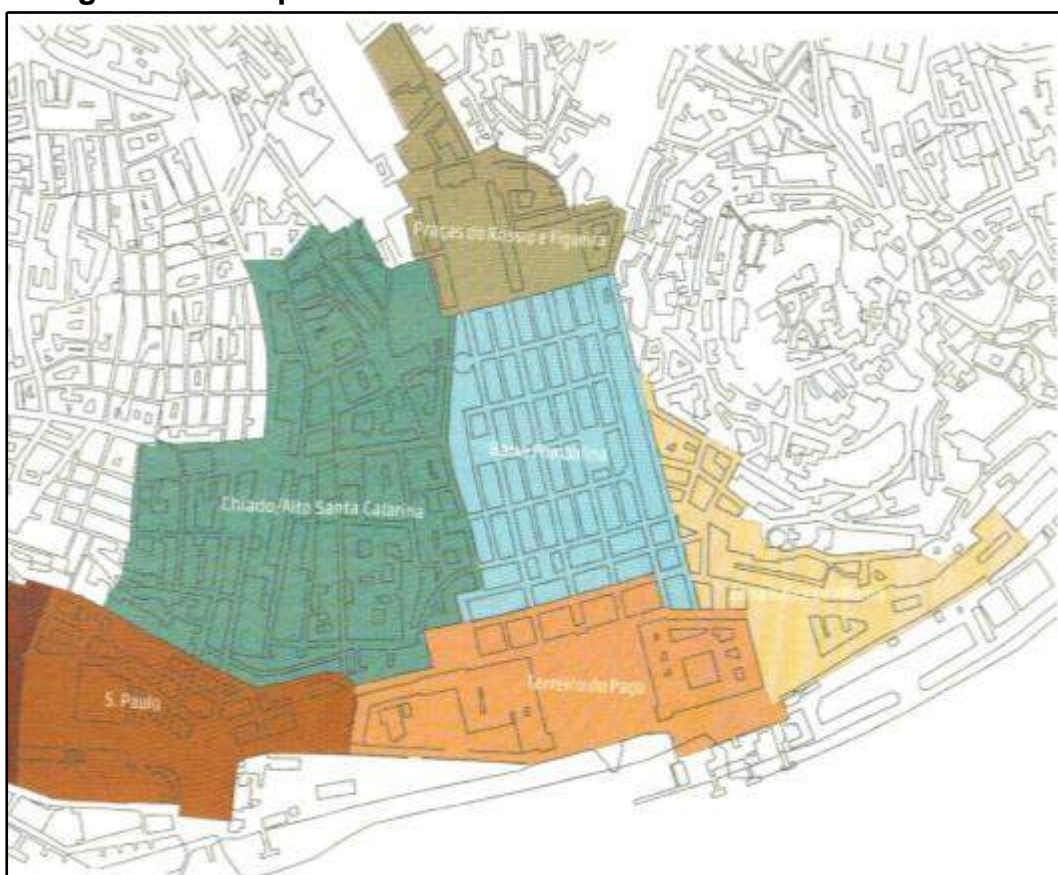
Para Gaspar (1985, p. 31), a área do Baixa-Chiado constituiu até metade do século XX o centro de Lisboa, concentrando, com o Cais de Sodré, a quase totalidade das atividades terciárias centrais da cidade.

As áreas anexas ao centro (Zona Baixa de Alfama, Terreiro do Paço e São Paulo), constituem um território delimitado de uma forma um tanto imprecisa, particularmente a leste, mas que se diferencia tanto das áreas mais centrais, como

⁶ Após o terremoto de 1755 que devastou Lisboa, buscaram-se alternativas para reconstruir a cidade, para tanto foi desenvolvido um plano entre dezembro de 1755 e junho de 1758 e das seis propostas apresentadas foi escolhido o projeto elaborado por Eugénio dos Santos e Carlos Mardel.

das áreas mais nitidamente residenciais ou industriais. De acordo com Gaspar (1985, p. 34), a ocupação desses territórios, onde o centro penetra de uma forma esparsa e mais ou menos intensa, é do tipo misto e nunca chega a atingir uma uniformidade.

Figura 08 – Mapa com setores da área central de Lisboa – 2009



Fonte: CML. Lisboa, 2011.

De acordo com Barata (1996), a degradação que atinge o parque habitacional e os edifícios públicos com valor patrimonial deve-se, em grande parte, à falta de investimentos. Os promotores privados deixaram de se interessar por essas áreas, em alguns casos devido ao baixo valor dos aluguéis, em outros por alimentarem expectativas de especulação em eventuais reconstruções; além disso, as entidades públicas, condicionadas pela crise financeira foram estabelecendo outras prioridades.

A esses problemas adicionam-se ainda a perda de qualidade do ambiente e a saturação da infraestrutura. Em consequência, as camadas mais abastadas da população foram abandonando esses espaços, ficando apenas os mais desfavorecidos, do ponto de vista econômico e social.

A criação do primeiro programa público de Reabilitação Urbana em Lisboa data de 1986 e partiu da Secretaria de Estado da Habitação. Por meio dele iniciou-se o processo de intervenção pública que tinha como principal objetivo impedir a degradação da área central e seu patrimônio histórico-cultural.

A Reabilitação Urbana como objetivo estratégico da Câmara Municipal de Lisboa - CML ⁷ tem sido objeto de ajustamentos sistemáticos ao longo das quase três décadas de existência. Embora se revestindo de algumas mudanças significativas, tem obedecido ao fim último de prestação de serviço público de conservação e proteção patrimonial do parque edificado da cidade.

De acordo com o relatório do Estado do Ordenamento do Território (2011), no período inicial de 1986 a 1990 foram constituídos os Gabinetes Locais de Alfama e Mouraria e passou a haver um vereador responsável⁸ pela Reabilitação Urbana.

O período de 1990 a 2001 foi a fase de consolidação da intervenção na reabilitação das áreas históricas. A área de atuação é aumentada; são constituídos mais gabinetes locais; disponibilizados mais recursos humanos e financeiros; e criado um serviço específico para cuidar do tema, a Direcção Municipal de Conservação e Reabilitação Urbana. Dentre as novas ações destacam-se os Gabinetes Locais, que passam a estabelecer contato permanente com a população residente no bairro onde atuavam, permitindo assim criar uma dinâmica de

⁷ As Câmaras Municipais em Portugal equivalem às Prefeituras Municipais no Brasil.

⁸ No Sistema político português, os vereadores não possuem a função legislativa, sendo atribuídos Pelouros (a responsabilidade por um departamento da administração municipal) para os vereadores da situação, o que seria equivalente a uma secretaria no sistema de administração pública municipal no Brasil.

intervenção local com estrutura organizacional própria, possibilitando uma gestão de proximidade, essencial nesse tipo de operação. Dentre suas competências estavam:

- a gestão urbanística da área de intervenção;
- o lançamento e a gestão das empreitadas municipais e coercivas (obrigatórias);
- a apreciação dos processos de obras coparticipadas e;
- o apoio social dado aos moradores.

O terceiro período, de 2002 a 2007, correspondeu a uma mudança de configuração política, programática e organizativa do município, na qual o processo esteve a cargo da Direcção Municipal de Conservação e Reabilitação Urbana. Nesse período, o serviço perdeu grande parte das suas competências anteriores, que se viram reduzidas quase só ao apoio social, às obras coparticipadas e à gestão financeira de seu orçamento.

Para alcançar os objetivos propostos na prestação de serviço público de conservação e proteção patrimonial do parque edificado da cidade, foram utilizados, no decorrer dos anos, alguns instrumentos legais e programas criados pela CML.

Assim, foram criados o RECRUA, o REHABITA e o RECRIPH, programas de contrapartida e financiamento do Estado e Município junto do proprietário. Além do programa SOLARH, que não constitui um programa de contrapartida, mas um empréstimo com condições especiais (CML, 2011).

Quadro 08 – Programas de apoio e financiamento para reabilitação urbana de Lisboa – 2009

RECRUA - Regime Especial de Participação na Recuperação de Imóveis Arrendados	Traduz-se numa contrapartida a fundo perdido concedida aos proprietários para execução de obras de conservação ordinária/extraordinária e de melhorias, concedida pela CML e pelo Instituto Nacional de Habitação.
REHABITA - Regime de Apoio à Recuperação Habitacional em Áreas Urbanas Antigas	Consiste numa extensão do programa RECRUA, sendo necessário verificar todos os seus pressupostos. Abrange os prédios situados nos núcleos urbanos históricos declarados áreas críticas de recuperação e

	reconversão urbanística que possuam planos de urbanização, planos de pormenor ou regulamentos urbanísticos aprovados e nas áreas históricas habitacionais.
RECRIPH - Regime Especial de Coparticipação e Financiamento de Prédios Urbanos no Regime da Propriedade Horizontal	Trata-se de uma contrapartida a fundo perdido concedida aos proprietários para execução de obras de conservação ordinária e/ou extraordinária e de beneficiação nas partes comuns de prédios urbanos em regime de propriedade horizontal, construídos até 07 de agosto de 1951 ou após essa data, cuja licença de utilização tenha sido emitida até 1 de janeiro de 1970.
SOLARH - Programa de Solidariedade e Apoio à Recuperação e Habitação	Traduz-se num apoio financeiro especial sob a forma de empréstimo sem juros, concedido pelo Instituto Nacional de Habitação, para execução de obras de conservação ordinária e/ou extraordinária e de melhorias.

Fonte: CML, 2011.

Para além dessas ações da CML, destacam-se também alguns programas realizados sob a responsabilidade da Empresa Pública de Urbanização de Lisboa – EPUL, dentre os quais podemos citar:

Lisboa a Cores: tinha como objetivo recuperar conjuntos de edifícios de propriedade da CML, que são transmitidos para a EPUL. A gestão do processo de reabilitação era feita pela própria EPUL, por meio da associação com promotores privados que investiram a totalidade dos respectivos custos de recuperação ou mediante a realização de empreitadas.

Repovoar Lisboa: a freguesia de São Paulo foi a escolhida para projeto-piloto do programa *Repovoar Lisboa*. O objetivo era, por meio da intervenção no património imobiliário, contribuir para a valorização do local, renovando o seu tecido urbano e criando uma centralidade de bairro que possibilitasse renascer o desejo de viver em zonas históricas.

Alfama Quem Cuida Ama: pretendia-se “consolidar a imagem da paisagem como um bem público” como principal objetivo desse programa, por meio de intervenção em fachadas, sem chegar às coberturas, em edifícios em razoável estado de conservação.

Neste período também foi criada uma série de benefícios fiscais de incentivo à Reabilitação Urbana, tais como:

Imposto Municipal sobre Imóveis: isenção de imposto municipal sobre imóveis urbanos objeto de reabilitação urbanística, pelo período de dois anos a contar do final das obras. Para os imóveis, objeto de ações de reabilitação iniciadas após 01 de janeiro de 2008 que se encontrem concluídas até 31 de dezembro de 2020 e sejam prédios urbanos localizados em áreas de reabilitação urbana, ou seja, prédios urbanos locados passíveis de atualização de aluguéis nos termos do novo regime de arrendamento urbano. Nesses casos prevê-se a isenção de Imposto Municipal sobre Imóveis por um período de cinco anos a contar do ano da respectiva reabilitação, podendo a isenção ser renovada por um período adicional de cinco anos, se assim for determinado por deliberação da Assembleia Municipal.

Imposto Municipal Sobre as Transmissões: isenção do pagamento de impostos sobre as transmissões nas aquisições de prédios urbanos destinados à reabilitação urbanística, desde que, no prazo de dois anos contados da data de aquisição, o adquirente iniciasse as respectivas obras.

Imposto Sobre o Valor Acrescentado: aplicação da taxa de 5% nas empreitadas de construção, melhorias ou conservação de imóveis realizadas no âmbito do RECRUA, do REHABITA, do RECRIPH e do Programa SOLARH.

Outra iniciativa adotada foi a criação das Sociedades de Reabilitação Urbana – SRU, instrumentos privilegiados para a promoção de intervenções de revitalização de áreas históricas ou áreas de recuperação e reconversão urbanísticas, estabelecendo maior equilíbrio entre os proprietários e a entidade licenciadora. Dentre as três sociedades criadas, uma foi a SRU Baixa, que tinha como princípios orientadores:

- mudança da escala da intervenção, diferente da tradicionalmente considerada na reabilitação. Se antes visava apenas o imóvel isolado, passou a ter como objetivo o conjunto edificado, em regra o quarteirão ou a frente de rua. Entra-se assim numa lógica de visão integrada da reabilitação urbana, pressupondo um nível mais profundo de intervenção, traduzido numa melhoria das infraestruturas, na abertura dos bairros à cidade e na criação de equipamentos que servirão os bairros e as zonas envolventes;
- visão sistêmica do objeto da reabilitação, considerando não só a sua dimensão histórica, patrimonial, técnica e construtiva, mas também a sua dimensão ambiental, social, financeira e econômica. Cria-se, desse modo, uma visão verdadeiramente global, ao invés de uma visão que, anteriormente, se revelava limitativa;
- real celeridade processual, uma vez que a nova legislação obriga as SRU a uma verdadeira redução dos prazos e das tramitações administrativas no que diz respeito ao licenciamento de obras, num quadro que visa, globalmente, estabelecer um maior equilíbrio entre o particular/proprietário e a entidade pública licenciadora.

A intervenção urbanística ligada à reconstrução da Baixa, na sequência do terremoto de 1755, criou o suporte do principal centro de comércio de Lisboa. De acordo com Pereira *et al.* (2005), na transição para o século XX, o aparecimento dos grandes armazéns, conceito importado das maiores capitais europeias, representou um importante salto qualitativo para a atividade comercial na cidade, pois proporcionou uma oferta diversificada de produtos.

A integração de tal formato inovador, a singularidade de algumas lojas emblemáticas e a multiplicação de unidades especializadas conferiram à Baixa um caráter de modernidade.

Nos anos que seguiram, a cidade se expandiu em direção à periferia, fator que inicialmente fortaleceu a função comercial do centro, uma vez que os novos bairros não possuíam estrutura comercial própria que competisse com aquela localizada na Baixa, apenas um comércio voltado para as necessidades básicas cotidianas.

Entretanto, o crescimento populacional e a consolidação de novos bairros proporcionaram a fixação de algumas atividades comerciais nos centros de alguns bairros e, ao mesmo tempo, o surgimento de novos eixos comerciais especializados, notoriamente nas novas avenidas.

A alteração dos comportamentos de compra induzidos pela aquisição progressiva dos hábitos urbanos foi acompanhada pela transformação lenta das estruturas comerciais. A partir dos anos 1970 surgiram novos formatos comerciais que impulsionaram a modernização do setor (CML, 1997), onde se destacavam os grandes centros comerciais - Apolo 70, Imavis, Alvalade - e os grandes supermercados.

Num primeiro momento os novos formatos comerciais não fizeram uma concorrência direta com o comércio tradicional da área central, gerando certa inércia nos comerciantes tradicionais, que não se preocuparam em modernizar suas estruturas, as quais se tornaram rapidamente obsoletas à medida que realizar compras nos novos formatos comerciais se tornava o modo de consumo predominante nos anos subsequentes.

Frente a essa mudança de paradigmas na estrutura comercial da cidade, os negociantes da Baixa e entorno permaneceram inertes durante boa parte do processo, até que alguns empresários perceberam a necessidade de modificações. Em alguns casos ocorreram mudanças da posse de propriedades, do ramo de atividades e a reconversão de lojas, muitas vezes por iniciativa de atores exógenos à própria Baixa.

2.4 O COMÉRCIO DA BAIXA DE LISBOA

A atividade comercial na zona da Baixa de Lisboa viveu grandes transformações nos últimos anos, passando de uma zona hegemônica em termos comerciais, no início do século passado, para uma zona secundária e estagnada no início deste século. Alguns estudos fizeram o diagnóstico do setor comercial da região nos últimos anos e nos permitem ter uma melhor visão da realidade.

O primeiro é o estudo denominado “Comércio da Baixa Pombalina de Lisboa”, realizado em 1995 pela CML, responsável por traçar um panorama da situação do comércio local.

Quanto ao número de estabelecimentos comerciais, foram identificados 1.130, dos quais apenas 1.041 estavam ativos, o que representa 8% de locais não ocupados. Daqueles ativos, 69,4% eram de comércio a retalho (varejo); 15,3% de hotelaria e similares; 12,1% de serviços; 2,5% de comércio por grosso (atacado) e 0,7% por indústria (CML, 1997, p. 10).

Desses setores, podemos ainda destacar os principais segmentos, sendo que no comércio varejista aqueles com maior concentração eram os pronto-a-vestir (lojas de vestuário) e cultura e lazer, ambos com mais de 20% do total; do setor de

hotelaria e similares, os restaurantes, os cafés e as pastelarias apareciam com 93,1% do total; e do setor de serviços, havia segmento de bancos, seguros e outros serviços financeiros, com 38,1% do total (CML, 1997, p. 12).

O estudo apontava ainda: a existência de muitas lojas tradicionais que trabalhavam com nichos de mercado especializados, como as retosarias (lojas especializadas na venda de tecidos e lãs) e as ourivesarias; a falta de grandes marcas internacionais, que neste momento predominavam nos centros comerciais sobre a forma de *franchising*; e o desaparecimento dos grandes armazéns, motivado tanto pelo incêndio do Chiado⁹, como pela concorrência de outros estabelecimentos mais modernos que surgiam em outras regiões da cidade.

Foto 14 – Comércio tradicional localizado na Baixa de Lisboa – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R. 2011.

⁹ Grande incêndio que ocorreu no ano de 1988, na região do Chiado/Bairro Alto e destruiu diversas edificações do século XVIII, afetando num primeiro momento ainda mais o comércio da região e, posteriormente, favorecendo-o com o projeto de reconstrução do bairro.

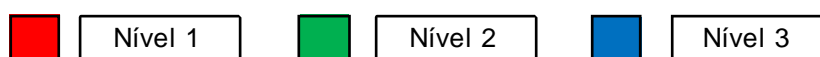
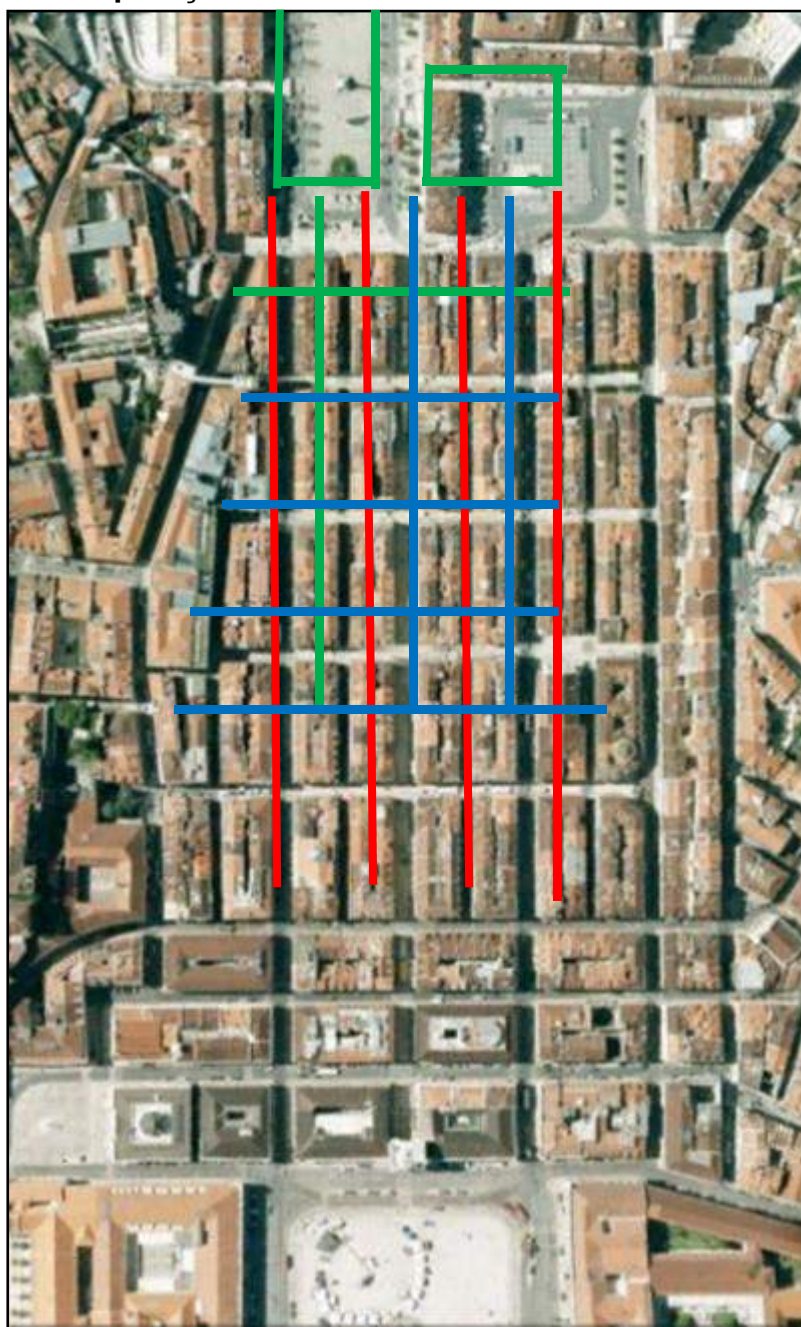
Quanto à dimensão dos estabelecimentos e o número de empregos gerados, o estudo aponta que o comércio varejista da Baixa ocupava nessa época uma área global da ordem dos 83.000 m² e contava com cerca de 6.000 trabalhadores; e o de hotelaria e similares, uma área de 10.000 m² e cerca de 1.600 trabalhadores (CML, 1997, p. 18).

Em relação à organização espacial, o fator que mais se destacava era a grande concentração do comércio na Baixa. Todavia, uma análise mais detalhada permite a diferenciação quanto ao número de estabelecimentos, dividido pelo estudo em três níveis: o nível 1, com concentração de pelo menos 70 lojas; o 2, com ruas com cerca de 40 estabelecimentos; e o 3, variando entre 20 e 27 lojas.

As ruas pertencentes ao nível 1 eram: da Prata, Franqueiros, Augusta e Ouro; de nível 2, as Praças do Rossio e da Figueira e as Ruas dos Sapateiros e Santa Justa; e as de nível 3, as Ruas Douradores, Correeiros, Assunção, Vitória, Conceição e São Nicolau (Figura 09).

Um segundo estudo, realizado em 2004 e apresentado no livro *Baixa Pombalina: bases para uma intervenção de salvaguarda*, disponibilizava dados quanto ao número de estabelecimentos comerciais, apenas em relação à situação dos dois principais setores, o comércio varejista e o de restaurantes e similares. Em relação ao primeiro foram identificados 861 e, quanto aos restaurantes e similares, 200 estabelecimentos (CML, 2005, p.84).

Figura 09 – Hierarquização das ruas de comércio da Baixa de Lisboa – 1995



Fonte: Google Earth (2011). Elaborado por JESUS, V.L.R., 2013.

Desses setores, podemos ainda destacar os principais, sendo que do comércio varejista permaneciam os pronto-a-vestir e cultura e lazer, o primeiro com 28,8% do total e o segundo, com 17,5%. Já no setor de restaurantes e similares havia a predominância dos restaurantes e *snacks* (lanchonetes), com 66,0% do total.

Fazendo uma análise comparativa entre os dois estudos verificou-se que, apesar da redução do número de estabelecimentos comerciais (em parte motivada pela desativação da galeria comercial do Rossio), o que ocorreu foi a adequação da estrutura comercial obsoleta para uma mais moderna - mudanças concentradas principalmente nas Ruas do Carmo, Augusta, Prata e Nova do Almada, onde houve tanto uma alteração de funções comerciais como a introdução de novas unidades funcionais, com destaque para o fato de que 85 dos novos estabelecimentos pertenciam a cadeias nacionais ou internacionais, conforme indicado na Figura 10.

No período também houve a abertura do Centro Comercial Armazéns do Chiado, sendo determinante para fortalecer essa dinâmica. A entrada de marcas de elevada notoriedade, operando com pequenos ou médios formatos, deu também um importante contributo para dinamizar a Baixa (modernidade dos estabelecimentos, efeito mimético nas unidades instaladas, captação de novos consumidores).

Por fim, destacam-se alguns dados do Estudo de Mercado de Lisboa de 2011, realizado anualmente pela empresa de consultoria imobiliária Aguirre Newman para orientar seus clientes sobre as tendências do mercado imobiliário, no que diz respeito ao comércio de rua em Lisboa. O levantamento da consultoria aponta que este tipo de comércio encontra-se disperso pela cidade, distribuindo-se por eixos comerciais com características específicas, quer quanto ao ramo de atividade, quer quanto ao público-alvo a que se destina.

Foto 15 – Novo comércio localizado na Baixa de Lisboa – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R. 2011.

O estudo aponta que as zonas mais atrativas e mais procuradas pelos que visitam Lisboa, consideradas como as zonas Prime, são: Rossio, Rua do Carmo, Rua Garrett, Avenida da Liberdade, Rua Castilho, Rua Augusta, Avenida António Augusto Aguiar e Praça Duque de Saldanha. Destas, a metade está localizada no eixo Baixa-Chiado, o que mostra a existência de uma demanda grande por espaços comerciais na região

Figura 10 – Quadro comparativo do comércio na Baixa Pombalina 1995 – 2004

Quadro 4 Mudanças funcionais no Comércio da Baixa Pombalina, por ruas (1995-2004)					
	Nº unidades		1995-2004		Insígnias de cadeias surgidas após 1995
	1995	2004	Mudança/ desaparecimento da designação comercial	Mudança de função/ nova função	Nº Insígnias
Rua dos Fanqueiros	111	98	83	10	-
Rua da Prata	104	80	56	17	5
Rua do Carmo	89	71	66	48	48
					Multiplex, Americano, Loja de Gato Preto, Charles, Wines/Bevies, Parfums, Massimo Dutti, Indiscretion, Miu Miu, L'Oréal, Boutique des Religieuses, Ann Semon, Jaqueiro, Avenue of the Stars, The Body Shop, Cos, Karella, Imaginations, Sun Planet, Backstage, J.E. Sadek, Eterna, Condiel, Ego, Chiodo, Chromoprint, Spontaneous, Mollart ou Héro, Optimum, Yara, Calzedonia, Mii Folies, Yohjiro, Adelle, Dounguyen, Blue Chant, Arany, Perfumes & 17, Springfield, Swarovski, B&B, Tommy Larsson, Christian, Kikka, Pava, Martines, Primal
Rua Augusta	98	81	41	15	18
					Charles, B&B, Sadek, Swarovski, Arany, Calzedonia, Yohjiro, Parf, La Parf, Sadek, The Phone House, Sadek, Wang
Rua da Madalena	55	58	39	4	-
Rua Áurea	75	61	39	4	2
					Gleason-Gallo, Indis, Aigle
Praça D. Pedro IV	41	43	19	18	1
					Parfums
Praça Figueiras	48	44	18	4	-
Rua dos Correios	85	16	14	4	-
Rua de Santa Justa	41	49	40	18	-
Rua Nova do Almada	18	27	8	12	2
					Wardrobe, Fossil, Popcorn, Cos, Looking for Love, Hush, Yara, Basil, Calzedonia
Rua 1º Dezembro	89	88	18	8	1
					Page One
Rua dos Douradores	17	11	10	7	-
Rua dos Sapateiros	80	10	12	5	-
Rua de São Nicolau	89	89	10	2	2
					Lacoste, Goodby, Benetton
Rua da Conceição	84	80	7	2	1
					Parfums
Rua da Vitória	18	18	11	4	-
Rua do Arsenal	14	12	7	2	1
					Farmacia
Rua do Crucifixo	10	8	2	0	-
Rua de Arco do Marquês de Alegrete	4	14	1	11	-
Rua da Assunção	61	16	10	2	1
					Uma Via
Calçada do Carmo	15	0	18	4	-
Rua João das Regras	15	11	8	1	-
Outras	115	98	70	8	4
					Costa, D'Almeida, Goodby, Benetton
	102	400	408	200	82

Fonte: Lisboa - Baixa Pombalina: bases para uma intervenção de salvaguarda, CML, 2005.

Conforme apresentado anteriormente, a região central de Lisboa, em especial a zona da Baixa, possui inúmeros problemas que a levaram a perder o dinamismo econômico vivido durante a maior parte do século XX, tais como: edifícios devolutos e em mau estado de conservação; comércio em decadência; deslocamentos dos serviços para outras zonas da cidade e população residente reduzida e idosa.

Figura 11 – Localização das ruas e eixos comerciais da cidade de Lisboa - 2011



Fonte: Aguirre Newman Portugal - Estudo de Mercado de Lisboa - 2011.

Tais fatores, associados a toda uma mudança no estilo de vida e consequentemente de consumo e de uso do tempo livre, fazem com que os desafios para o processo de revitalização da Baixa passem por diferentes níveis de intervenção.

Embora a área tenha sido alvo de diversos programas e ações que buscavam, em última instância, melhorar a qualidade de vida dos habitantes, incorporando os conceitos mais modernos do planejamento urbano, na prática o que vemos é que, apesar do volume do investimento realizado na Baixa, ainda não foi possível chegar a um quadro em que seja possível reverter o atual estado de degradação do local.

Neste sentido, é de comum entendimento que a busca por soluções para a revitalização da Baixa deve abranger, em um menor ou maior grau, ações que contemplem:

1. O repovoamento da área de intervenção;

Foto 16 – Obras de reabilitação de moradias no Rossio em Lisboa – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R. 2011.

2. A recuperação do edificado;

Foto 17 – Recuperação do patrimônio edificado na Baixa de Lisboa – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R. 2011.

3. A qualificação do espaço público;

Foto 18 – Requalificação da Praça Martim Moniz em Lisboa – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R. 2011.

4. A criação de atividades inovadoras e de qualidade;

Foto 19 – Incubadora de empresas na Baixa de Lisboa – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R. 2011.

5. A criação de equipamentos;

Foto 20 – Implantação de novos equipamentos culturais na Baixa de Lisboa – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R. 2011.

6. A reestruturação da estrutura viária e da mobilidade.

Foto 21 – Transporte realizado em Veículos Leves sobre Trilhos – VLT - na Baixa de Lisboa – 2011



Fonte: Carris. Disponível em <<http://www.carris.pt/pt/electricos-articulados/>>. Acesso em: 10 jan. 2014.

Da análise das intervenções no edificado, tanto promovidas pelos particulares como pelo Poder Público, verifica-se que o maior investimento foi realizado nas duas colinas sobranceiras à Baixa, de um lado na região de Alfama, Castelo e Mouraria; de outro, nas regiões do Bairro Alto, Bica, Madragoa e São Paulo; enquanto aquelas localizadas na área mais central da Baixa são pontuais e estão espalhadas pelo traçado quadriculado da região.

Todavia é necessário pensar que as mudanças realizadas podem ter um efeito oposto àquele desejado e defendido por diferentes agentes. O valor arquitetônico do edificado no centro da cidade e as mudanças no perfil dos novos residentes de muitos bairros tradicionais estão na base de transformações no território. Um exemplo é a freguesia da Encarnação, localizada na Baixa, que contrasta com as restantes, cujos dados indicam grande diminuição de população.

Os prédios pombalinos que ali existem têm sido modificados e as habitações vazias são ocupadas por novos residentes; muitos prédios antigos dão lugar a condomínios fechados. A localização no centro da cidade, os edifícios de elevado valor arquitetônico e a vista privilegiada sobre o rio Tejo potencializam a tendência de gentrificação.

Existe uma grande dificuldade em se chegar a um consenso sobre quais seriam as alternativas mais viáveis para a área, levando em conta tanto a operacionalidade das propostas, quanto sua sustentabilidade e respeito ao patrimônio material e cultural existente, até mesmo pelo fato de ali haver graves problemas de ordem ambiental e estrutural, tais como um lençol freático instável e um sistema construtivo muito específico, além de um patrimônio arqueológico importante.

Até mesmo os temas de ordem técnica, para a salvaguarda do patrimônio, ainda não são um consenso entre a comunidade científica e os técnicos especializados, o que dificulta ainda mais a adoção de um critério para renovação da Baixa.

Além da decisão técnica a ser tomada, que envolve todos os fatores acima citados, faz-se necessária uma deliberação política, ou seja, a escolha por determinado modelo, uma vez que nenhum deles agrada 100% dos atores envolvidos.

O Projeto de Revitalização da Baixa-Chiado foi apresentado no ano de 2006, propondo soluções de melhoramento e dinamização dessa zona. O projeto tinha uma perspectiva pluridimensional, visando a recuperação, reabilitação e revitalização da Baixa-Chiado.

De acordo com a CML (2008), o projeto corresponde a um exercício pragmático de planejamento prospectivo de situações, isto é, à produção de uma visão de conjunto orientada pelas oportunidades e pelos desafios do futuro próximo, suscetível de permitir a identificação das ações e iniciativas necessárias para poder (re)colocar o centro de Lisboa a serviço de uma capital maior e mais forte, no plano internacional, mas menos pesada no plano nacional.

A visão do projeto para a recuperação, reabilitação e revitalização da Baixa-Chiado foi construída com base numa abordagem centrada na sua atratividade ou, mais especificamente, na passagem da compreensão de uma “velha” atratividade perdida para a ação da construção sistemática de uma “nova” atratividade, desenvolvendo novas forças e competências, para agarrar as novas oportunidades, através de uma profunda reorganização global do espaço, do tempo e das atividades, conquistando uma função relevante na afirmação da capital e do país, percebida exteriormente, na Europa e no Mundo (CML, 2008).

O projeto foi concebido com base em quatro grandes ideias estruturantes, que deveriam nortear todo o processo de transformação da região (CML, 2008, p. 11):

1. centralidade política e institucional com futuro na globalização: um novo Terreiro do Paço;
2. motor de criação de emprego qualificado: um polo especializado de serviços na economia baseada no conhecimento.
3. centralidade empresarial específica: um espaço diferenciado de atividades financeiras;
4. proposta inovadora de organização do espaço e do tempo: um espaço de eficiência coletiva, ordenado e organizado, sujeito a multiutilizações com horários alargados e capaz de gerir o seu ciclo de vida.

Para alcançar tais objetivos, são propostos sete projetos estruturantes, apresentados sem especial preocupação de hierarquização entre eles, uma vez que se completam e são interpenetrantes, e devem ser erguidos com motivações de produção de sinergias e externalidades positivas:

**Quadro 09 – Os sete projetos prioritários do Projeto de Revitalização da
Baixa-Chiado – 2006**

Recuperação e reabilitação do edificado	Recuperação e reabilitação do edificado num horizonte sustentado de médio prazo, respeitando as várias dimensões históricas e civilizacionais, em particular a pombalina, numa lógica global integrada de valorização patrimonial certificável e de modernização das suas condições de utilização.
Frente Ribeirinha	Criação de um grande espaço qualificado na Frente Ribeirinha como polo urbano e turístico, fortemente diferenciado e singular em termos internacionais, sustentado pela captação de fluxos alargados de visitação e pelo desenvolvimento de uma oferta de atividades de lazer suficientemente expressiva.
Um novo Terreiro do Paço	Afirmação de um novo Terreiro do Paço, polarizado por funções do Estado central associadas ao governo eletrónico, à regulação e à dimensão europeia e por uma nova combinação de utilizações dos espaços, como grande praça urbana relevante para a competitividade do destino turístico de Lisboa.
Polo cultural	Desenvolvimento de um polo cultural e de atividades criativas, denso, polarizado pelas Belas Artes, privilegiando a modernidade e valorizando a rede existente de recintos, com massa crítica para captar públicos e comércios com efeitos de arrastamento sobre as outras ofertas culturais na Baixa-Chiado.
Espaço comercial a céu aberto	Desenvolvimento de uma operação imobiliária específica nas ruas transversais de maior aptidão para a criação de um espaço comercial moderno a céu aberto suscetível de contribuir, também, para a revitalização do pequeno comércio atualmente instalado e a renovação e requalificação da oferta de restauração.
Construção de um espaço público de excelência	Construção de um espaço público de excelência, aproveitando a redução do tráfego automóvel para redesenhar as ruas, modernizar as infraestruturas, alargar os passeios, melhorar as condições de utilização pelos peões criando melhores condições de interação com os espaços comerciais e com os equipamentos de uso público.
Reforço da mobilidade interna e externa	Reforço da mobilidade interna e externa, organizando e favorecendo os acessos e a circulação entre os vários polos no interior da Baixa-Chiado e reduzindo drasticamente os atravessamentos pela disponibilização de novas soluções de circulação na cidade.

Fonte: CML (2008, p. 16-17)

O projeto foi revisto no ano de 2008, considerando-se como urgente a definição de uma estratégia para o relançamento da intervenção necessária. Conclui-se que a operação de revitalização da Baixa-Chiado teria que assentar numa ótica mais abrangente, sendo necessário articular e encontrar consenso com as intervenções de “regeneração” da zona da Avenida da Liberdade, com ênfase no Parque Mayer e no Jardim Botânico, das zonas do Martim Moniz, Avenida Almirante Reis e Bairro Alto.

Todavia, com a aprovação, no ano de 2009, do Plano Pormenor de Salvaguarda da Baixa Pombalina, criam-se perspectivas em relação às políticas de intervenção na área, levando o Poder Público a definir novas estratégias, tais como (CML, 2011):

- promover a regeneração urbana da área central, em processo de decadência urbanística, constituída em grande parte por edifícios devolutos e/ou em mau estado de conservação;
- regulamentar as condições de intervenção nos edifícios e nos espaços públicos;
- preservar a identidade histórica do bairro da Baixa para se candidatar a património mundial da humanidade;
- garantir a sua revitalização e revalorização funcional;
- criar um espaço público de qualidade;
- criar equipamentos em complemento aos já existentes de modo a atrair população residente;
- articular e reforçar as redes de infraestruturas de subsolo, bem como modernizar as redes de transmissão de dados e voz;
- articular a cidade com a Zona Ribeirinha fronteira como continuação natural da área do plano, aproveitando a grande oportunidade da nova gestão dessa área.

A proposta do plano, com obras a se concretizar entre 2010 e 2020, surgiu da necessidade de recuperar e adaptar os edifícios às novas condições de vida e às exigências daí decorrentes, em termos de habitação, equipamentos e atividades económicas.

O plano de salvaguarda da Baixa Pombalina tem três unidades de execução, compostas pelo acesso assistido ao Castelo pela Rua dos Fanqueiros e Rua da Madalena, o Museu da Moda e do *Design* (Mude), os terraços do Carmo e a Frente

Ribeirinha. Também foram eleitos dois quarteirões-piloto, situados na Rua do Crucifixo, Rua do Ouro, Rua da Vitória, Rua da Assunção e Rua dos Sapateiros (Figura 12).

Além disso, foram definidos princípios gerais de distribuição de usos, que estabelecem para os rés do chão (pisos térreos) comércio, serviços e indústria compatível, enquanto que os pisos superiores ficam reservados a habitação ou serviços.

Todavia, a falta de recursos financeiros e da efetiva aplicação das propostas e projetos contidos nos planos de revitalização da área central de Lisboa, associados à falta de articulação entre os diversos setores envolvidos, o Poder Público, o setor privados e a sociedade civil, tem gerado resultados escassos na transformação tanto comercial como na própria salvaguarda do património edificado existente.

Figura 12 – Área de intervenção do Plano Pormenor da Baixa



Fonte: CML, 2011.

Embora sejam possíveis algumas mudanças e o surgimento de novos empreendimentos comerciais, eles acontecem em sua maioria de forma pontual e espontânea, quer como resultado de investimento dos poucos programas oferecidos pelo Poder Público ou por investimento privado, mas ainda não são capazes de reverter a situação em que se encontra o local.

2.5 AS TRANSFORMAÇÕES DA ÁREA CENTRAL DE SÃO PAULO

À medida que a cidade crescia, tanto física quanto demograficamente, e ganhava projeção nacional, a sua forma urbana também se alterava rapidamente. Alguns autores, como Reis Filho (1994, p. 14)¹⁰, identificam as transformações urbanas ocorridas em São Paulo em quatro etapas distintas:

- da velha cidade de taipa e do tempo do trabalho escravo (até 1888);
- da cidade europeia (1889 – 1930);
- da cidade modernista (1930 – 1960);
- metrópole centralizada e congestionada (1960 até os dias de hoje).

Ao analisar o centro de São Paulo, verifica-se que as etapas citadas anteriormente coincidem também com a evolução dessa área: a primeira etapa equivale ao surgimento do centro; a segunda; à sua formação; a terceira, à sua consolidação; e a quarta, à sua estagnação e desvalorização.

¹⁰ Outros autores, como Maria Adélia Aparecida de Souza, apontam que as modernizações que vão sendo implementadas em São Paulo e que vão organizando o espaço da cidade podem ser examinadas através de três períodos históricos: o primeiro, de 1889 a 1926, que é a fundamentação da metrópole; o segundo, de 1916 a 1945, definido como “Território paulistano, sonhando com a Europa e com a América”; e o terceiro, que vai de 1945 a 1954 e é chamado de “A construção da Nova York dos trópicos”.

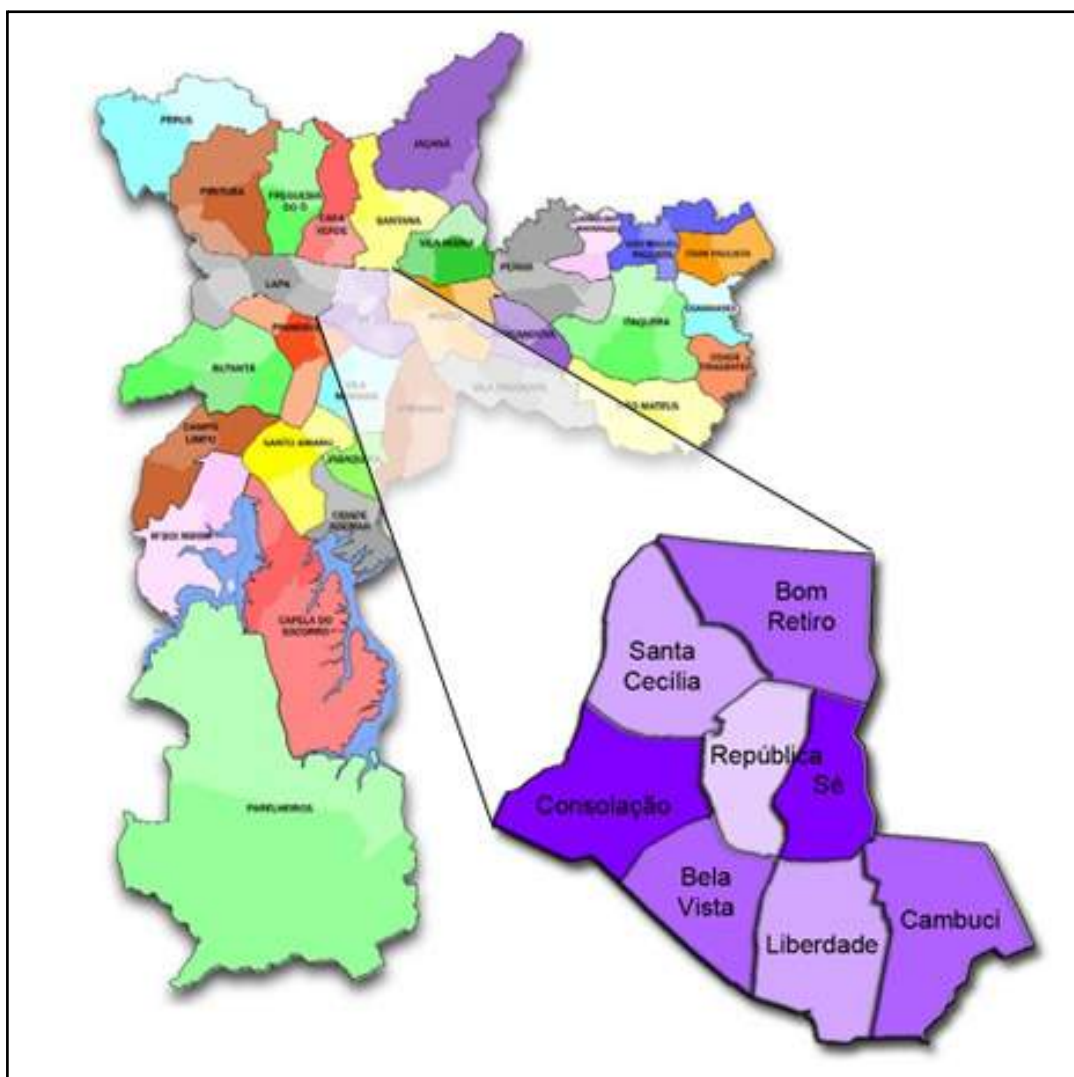
Embora a definição do que é o centro de São Paulo não seja algo aceito consensualmente¹¹, do ponto de vista institucional, o centro da cidade era, até a data de 1º de agosto de 2002, a área coberta pela Administração Regional da Sé, que compreendia os dez distritos nodais¹² da aglomeração (Silva, 2003, p. 51).

A partir dessa data a área central passou a ser aquela coberta pela Subprefeitura da Sé, que abrange um total de oito distritos e ocupa 26,2 km², ou seja, representa apenas 1,71% da área total do município. Os distritos que compõem essa subprefeitura são: Bela Vista, Bom Retiro, Cambuci, Consolação, Liberdade, República, Santa Cecília e Sé.

¹¹ A discussão da delimitação e dos limites do centro é realizada por Sarah Feldman e Nádia Someck em seus artigos publicados no livro: Urbanismo: Dossiê São Paulo – Rio de Janeiro.

¹² Além dos distritos que atualmente formam parte da Subprefeitura da Sé, também incluía os Distritos do Pari e do Brás.

Figura 13 – Localização da Subprefeitura da Sé em São Paulo



Fonte: Prefeitura Municipal de São Paulo, 2011.

O centro histórico é entendido como um território mais limitado, compreendido entre o Parque D. Pedro, Largo do Arouche, Praça das Bandeiras e Região da Luz, correspondendo grosso modo aos Distritos da Sé e República e parte da Região da Luz localizada nos Distritos de Bom Retiro e Santa Cecília.

Tradicionalmente, quando se faz referência ao centro da cidade de São Paulo, utiliza-se a denominação “Centro Velho” e “Centro Novo”, como são conhecidos o Distrito Sé e Distrito da República, respectivamente.

Figura 14 - Centro histórico de São Paulo



Fonte: Revista Urbs. Ano IX, n. 39, dez/jan 2006, p.65.

As políticas públicas e os programas que tiveram como objetivo a revitalização da área central de São Paulo iniciaram-se a partir da década de 1970 e continuam até os dias atuais. Para uma melhor compreensão dessas políticas, agrupamo-las por décadas. Serão apresentadas a seguir.

Na década de 1970, quando o processo de desvalorização do centro de São Paulo já era evidente, iniciam-se as primeiras ações voltadas para a revitalização da região. O primeiro projeto a tratar do tema foi o Plano de Revitalização do Centro.

Apresentado em 1975, tinha como orientação principal manter no centro as atividades e usos que ali estavam tradicionalmente localizados, tais como aquelas relacionadas a turismo, finanças e o sistema judiciário. Entre as diretrizes a serem seguidas pelo Poder Público estavam (CASTRO, 2003, p. 75):

- revalorização dos espaços públicos;
- plano para as áreas contíguas ao centro;
- implantação de calçadas, complementados por galerias;
- descongestionamento do trânsito, com a separação de tráfego de passagem daquele destinado ao centro;
- bolsões de estacionamento em áreas adjacentes;
- redução da oferta de estacionamento e restrição da circulação de automóveis;
- faixas exclusivas para transporte coletivo; e
- realocação do setor atacadista e pátios ferroviários e reutilização dos espaços liberados por funções compatíveis com a situação.

De acordo com Silva (2003, p. 61) as ações realizadas pelo Poder Público nesse período podem ser classificadas em três conjuntos principais.

O primeiro foi a implantação do metrô, que tinha como objetivo o aumento da acessibilidade ao centro e também permitiria a criação de importantes espaços públicos na região, em especial por meio da remodelação da Praça da Sé/Clóvis Beviláqua e do Largo de São Bento.

O segundo foi a implantação dos calçados¹³, justificada pela eliminação do conflito pedestre-veículos na área, que proporcionaria novos hábitos na população e

¹³ Ruas pedestrianizadas: Direita, São Bento, Barão de Itapetininga, José Bonifácio, Quintino Bocaiuva, Miguel Couto, Senador Paulo Egydio, Tesouro, Quitanda, Comércio, D. José de Barros, Marconi, 24 de Maio e os Largos do Ouvidor, Café e da Misericórdia.

daria novos usos à região, e cujo principal objetivo era a “restituição do lazer ao centro”, conforme apontado pela COGEP (1976:6):

Um incentivo à instalação de bares, cafés, choperias, salão de chá, livrarias, restaurantes para as pessoas se encontrarem e conversarem, inclusive ao ar livre, nas calçadas alargadas pelo fechamento dos leitos para veículos.

A implantação dos calçadões também foi acompanhada de algumas obras pontuais de reformas e restauro de edifícios e espaços públicos, com destaque para o restauro do Pateo do Collegio, do Edifício Martinelli e do Viaduto Santa Ifigênia (Foto 22).

O terceiro conjunto de intervenções dessa década foi a realização do inventário de edifícios de interesse histórico, arquitetônico e cultural, que subsidiou a política de tombamento e a delimitação de áreas de proteção pela legislação de zoneamento, implantada em 1972; legislação esta, que segundo muitos autores, foi a grande responsável pela aceleração do esvaziamento da região, conforme aponta Silva (2003, p. 62):

A propósito, a Lei de Zoneamento (nº 7805/72) é apontada como uma das responsáveis pelo desinteresse do capital imobiliário no centro. Com a implantação de zonas de uso misto de alta densidade em várias outras localidades e bairros, a lei de zoneamento teria promovido um espalhamento da verticalização, ao mesmo tempo em que, na zona central, ela não teria estabelecido mecanismo algum que promovesse a renovação do quadro construído.

Com a lei de zoneamento, também foram criadas as zonas especiais de uso e ocupação do solo em algumas áreas do centro, conhecidas como Z8-007, que normatizavam o delineamento de perímetros com concentração de bens significativos (parques, áreas institucionais, conjuntos de valor histórico ou outras características excepcionais) que deveriam receber estudos específicos para orientar seu uso, ocupações e futuras intervenções. Posteriormente ela foi complementada pela Lei nº 8.328/75, que definia novas zonas especiais de preservação, as Z8-200.

Foto 22 – Pateo do Collegio restaurado em São Paulo



Fonte: Pateo do Collegio. Disponível em <<http://www.pateocollegio.com.br/>>. Acesso em: 12 jan. 2014.

A década de 1980 foi marcada principalmente por iniciativas no campo legislativo e na implantação de programas que ligavam a recuperação do patrimônio com o incentivo ao turismo. No período foi elaborado pela Empresa Municipal de Urbanização - EMURB um plano chamado Pró-Centro, cuja proposta de maior importância foi a reurbanização do Vale do Anhangabaú, fruto de um concurso público nacional realizado em 1981 e cujas obras só foram concluídas em 1991. O enterramento do importante eixo viário Norte-Sul possibilitou a reabilitação desse espaço estratégico entre o Centro Velho e o Centro Novo.

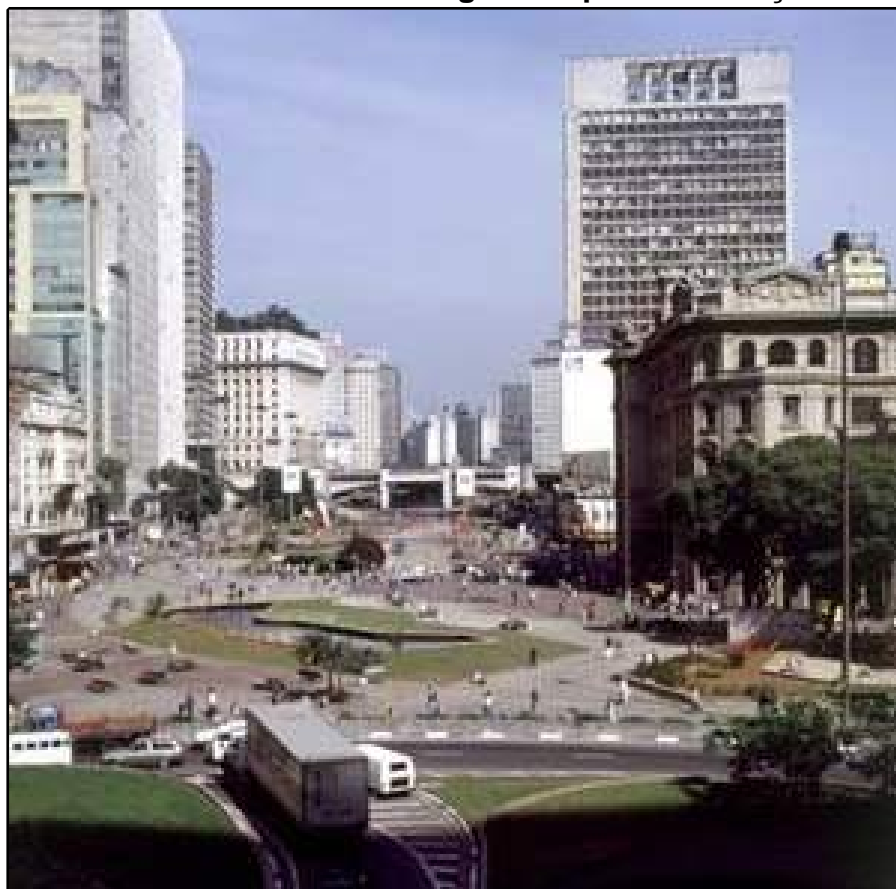
O plano também englobava a reurbanização do Parque D. Pedro II, com proposta de implantação de uma vasta área verde e de remanejamento viário; porém, da ideia original apenas parte do projeto foi executada: o restauro e a reabilitação do Palácio das Indústrias, que abrigaria a sede da administração municipal até o início dos anos 2000.

Outra ação importante no período foi a publicação de um inventário dos bens arquitetônicos da região metropolitana e no município, no qual foram listados 265 bens e identificadas 46 manchas urbanas, definidas como “concentrações de exemplares arquitetônicos representativos, associados muitas vezes à trama viária a

eles contemporânea e aos aspectos geomorfológicos a que o assentamento urbano teve de se conformar.” (CASTRO, 2003, p. 75), das quais 32 se encontravam na área central do município de São Paulo, comportando cerca de 200 edificações ou conjuntos.

Também foi criada a Lei nº 9.725/84, que procurou, por meio de mecanismos de transferência de potenciais construtivos, criar incentivos à preservação daqueles imóveis, atuando como fator inibidor de demolições e destruições, já que não se podia realizar essa transferência caso o imóvel fosse demolido ou destruído. Por fim, foi criado pela Lei nº 10.032/85 o Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico, Cultural e Ambiental da Cidade de São Paulo – CONPRESP, órgão com a atribuição de deliberar sobre os processos de tombamento em nível municipal.

Foto 23 – Vale do Anhangabaú após intervenção



Fonte: Vitruvius. Disponível em <<http://www.vitruvius.com.br>>. Acesso em: 12 jan. 2014.

Na década de 1990 o centro se constitui numa temática recorrente nos debates e propostas urbanísticas para a cidade. A década inicia com a entrega do novo Vale do Anhangabaú para a população e do Boulevar São João, que mantinha a ideia dos calçadões para pedestre no centro, consistindo no fechamento do trânsito de um pedaço da Avenida São João nas proximidades do Vale do Anhangabaú.

Outro projeto importante do começo desse período é o Eixo Sé-Arouche, que tinha como objetivo melhorar as condições dos espaços públicos e da paisagem urbana da trama viária que ia da Praça da Sé ao Largo do Arouche, por meio de ações como organização de anúncios, limpeza das fachadas de imóveis privados e implantação de mobiliários e equipamentos urbanos.

Para a operacionalização do projeto foi utilizado o Decreto Municipal nº 29.851/91, que definia critérios para instalação de equipamentos, painéis e luminosos. Também incluía uma campanha de convencimento realizada em reuniões nas áreas afetadas e oferecia descontos no Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana - IPTU aos proprietários que mantivessem as fachadas de seus imóveis conservadas e limpas de anúncios, especialmente os imóveis de interesse histórico.

Embora o projeto tenha sido apenas parcialmente implantado, uma importante inovação foi a mudança na abordagem adotada por ele, que deixava de ser uma simples regulação urbanística, para uma negociação e interlocução com os comerciantes da região (SILVA, 2003, p. 62).

Nesse período, também se destacou a aprovação de novo instrumento urbano, as operações urbanas, as quais criavam mecanismos que possibilitavam a obtenção de recursos do setor privado para a realização de obras de melhorias

públicas. Este instrumento urbano, que foi utilizado em algumas áreas de São Paulo, teve início com a Operação Urbana Anhangabaú, por meio da Lei nº 11.190/91, que visava atrair o interesse de investidores privados, ao estabelecer para o perímetro delimitado à área de influência das obras de reurbanização do Anhangabaú, benefícios como (JOSÉ, 2004, p. 58):

- a possibilidade de ultrapassar os limites construtivos determinados pelo zoneamento;
- a regularização de construções e reformas em desacordo com a legislação;
- a transferência de potencial construtivo de edifícios históricos; e
- a cessão de espaços públicos e subterrâneos para criação de passagens e galerias.

Os recursos obtidos com essas operações, norma aplicável em todas as operações urbanas, deveriam ser aplicados em um programa de melhoria do mesmo perímetro e, no caso da Operação Urbana Anhangabaú, seria utilizado para a conclusão das obras de reurbanização do Vale do Anhangabaú. Todavia, a operação acabou não tendo o resultado esperado, conforme aponta Castro (2003, p. 76):

A expectativa de arrecadação pelas contrapartidas financeiras seria da ordem de US\$ 100 milhões, se todo o potencial construtivo previsto na lei houvesse sido utilizado pelos empreendedores privados, o que cobriria grande parte do custo da obra¹⁴. A arrecadação total conseguida pela operação foi estimada em cerca de US\$ 4 milhões.

Se por um lado, no começo da década de 1990, o governo buscava atrair o setor privado para participar das ações de revitalização da área central de São Paulo, por outro, o setor privado e a sociedade civil se articularam criando a Associação Viva o Centro – Sociedade Pró-Revalorização do Centro de São Paulo,

¹⁴ Refere-se ao custo da reurbanização do Vale do Anhangabaú, estimado em US\$ 150 milhões.

que desde então vem realizando um amplo espectro de atividades, como publicações, divulgação de atividades pela imprensa, elaboração de estudos, encontros e debates. Isso, além de desenvolver alguns programas, entre eles o Programa de Ação Local, que dividiu a área central em 50 microrregiões onde foram estabelecidas ações locais de zeladoria urbana, visando principalmente à fiscalização das ações do Poder Público e a promoção de parcerias com investimentos privados.

Como resposta do Poder Público às demandas criadas por essa associação, foi instituído o Programa de Requalificação Urbana e Funcional do Centro de São Paulo – PROCENTRO, pelo Decreto Municipal nº 33.389/93, e a Comissão PROCENTRO, pelo Decreto Municipal nº 33.390/93, com o objetivo de estabelecer e gerenciar ações em um perímetro delimitado da área central, visando impedir o processo de declínio do seu espaço público e privado (JOSÉ, 2004, p. 71). Entretanto, o órgão teve pouca atuação na elaboração de políticas concretas para a revitalização do centro, conforme aponta Silva (2003, p. 63):

Esse programa e a comissão, apesar de não terem apresentado resultados significativos, foram um advento de convergência e um sintoma da demanda por outros arranjos institucionais para a condução das ações nessa região.

No ano de 1997, foi realizada uma segunda tentativa de se utilizar uma operação urbana, cujos objetivos foram apresentados anteriormente, a fim de recuperar o centro de São Paulo. A Operação Urbana Centro, criada pela Lei nº 12.249/97, tinha o objetivo de revitalizar a área central, abrangendo para além do centro histórico, áreas localizadas nos Bairros do Pari, Glicério, Brás, Bexiga, Vila Buarque e Santa Efigênia. Desta forma, atingindo um maior número de imóveis e áreas com usos e ocupação diferenciados, pretendeu-se que a participação dos

proprietários de imóveis beneficiados e de empreendedores também beneficiados fosse expressiva.

Ao estabelecer incentivos à construção de habitações, hotéis, equipamentos e serviços de educação e cultura, estacionamentos verticais, o remembramento de lote, a reordenação dos espaços públicos e composição das faces de quadra e a criação de condições para a implantação de regiões comerciais com regime de funcionamento 24 horas, fica clara a intenção do Poder Público de estimular o desenvolvimento do setor turístico e cultural da região, conforme apontado na Cartilha da Área Central elaborada pela Empresa Municipal de Urbanização - EMURB (JOSÉ, 2004, p. 86):

O objetivo focal do instrumento é criar condições que reforcem a importância da área central para a metrópole de São Paulo, tomando-a atraente para investimentos imobiliários, turísticos e culturais e preparando-a para o papel de cidade mundial¹⁵.

Os objetivos específicos da Operação Urbana Centro apontados na Lei são (Lei 12.346 de 6 de junho de 1997):

- I. implementar obras de melhoria urbana na área delimitada pelo perímetro da Operação Urbana Centro;
- II. melhorar, na área objeto da Operação Urbana Centro, a qualidade de vida de seus atuais e futuros moradores e usuários permanentes, promovendo a valorização da paisagem urbana e a melhoria da infraestrutura e da sua qualidade ambiental;
- III. incentivar o aproveitamento adequado dos imóveis, considerada a infraestrutura instalada;
- IV. incentivar a preservação do patrimônio histórico, cultural e ambiental urbano;

¹⁵ O conceito de cidade mundial foi bastante difundido por autores como Jordi Borja, Manuel Castells e Saskia Sassen nos princípios dos anos 1990 e leva em conta basicamente a importância política, econômica e a competitividade da cidade em relação ao mundo.

- V. ampliar e articular os espaços de uso público;
- VI. iniciar um processo de melhoria das condições urbanas e da qualidade de vida da área central da cidade, especialmente dos moradores de habitações subnormais;
- VII. reforçar a diversificação de usos na área central da cidade, incentivando o uso habitacional e atividades culturais e de lazer;
- VIII. melhorar as condições de acessibilidade à área central da cidade;
- IX. incentivar a vitalidade cultural e a animação da área central da cidade;
- X. incentivar a localização de órgãos da administração pública dos três níveis de governo na área central da cidade.

Entretanto, assim como a operação urbana anterior, os resultados alcançados com a nova operação estavam bem abaixo do esperado, conforme aponta Silva (2003, p. 63):

Das 98 propostas protocolizadas, apenas três transferências de potencial foram efetivadas, assim como cinco propostas envolvendo outras exceções. Embora houvesse procura para a utilização do mecanismo que incentiva a restauração de imóveis de interesse histórico, os procedimentos para viabilização desses objetivos são bastante complexos, dificultando o aproveitamento de todas as potencialidades que traz seu bojo.

Outra ação tomada no ano de 1997 foi a criação da Lei nº 12.350/97, conhecida como Lei das Fachadas, que estabelece a criação de incentivo fiscal aos proprietários de imóveis ou aos patrocinadores das obras de recuperação externa e conservação de imóveis localizados numa Área Especial de Intervenção que abrange, basicamente todo o Centro Velho e partes do Centro Novo. A lei isenta do pagamento do IPTU, por dez anos, os proprietários de imóveis que tiverem suas fachadas restauradas.

Como subsídio para a elaboração da lei, foi realizado um levantamento que apontava a existência de aproximadamente 600 imóveis tombados na Área Especial

de Intervenção; entretanto, até o ano de 2004 somente existiram 13 casos de adesão ao programa (JOSÉ, 2004, p. 91), impossibilitando um impacto maior na área. Além disto, para estudiosos, o principal equívoco da lei é que ela não relaciona o valor dos investimentos à dimensão da isenção concedida, o que a converte num potencial instrumento de evasão fiscal.

Outro importante fator a se destacar deste período é a entrada do tema da cultura e turismo na pauta de requalificação do Centro Histórico, por meio da recuperação do patrimônio histórico e da implantação de equipamentos culturais.

Diversas intervenções foram realizadas pelo Poder Público nesse sentido, tanto municipal como estadual, buscando transformar a região em um polo de cultura e entretenimento. Dentre as principais realizadas, destacam-se:

- a reforma da Biblioteca Mário de Andrade;
- a restauração do Solar da Marquesa de Santos;
- a restauração do edifício Ramos de Azevedo;
- a restauração da Pinacoteca do Estado;
- a instalação de uma filial do MASP na Galeria Preste Maia;
- a recuperação do Mosteiro da Luz;
- a implantação da Sala São Paulo;
- a restauração do antigo prédio do DOPS.

Foto 24 – Pinacoteca de São Paulo após o restauro



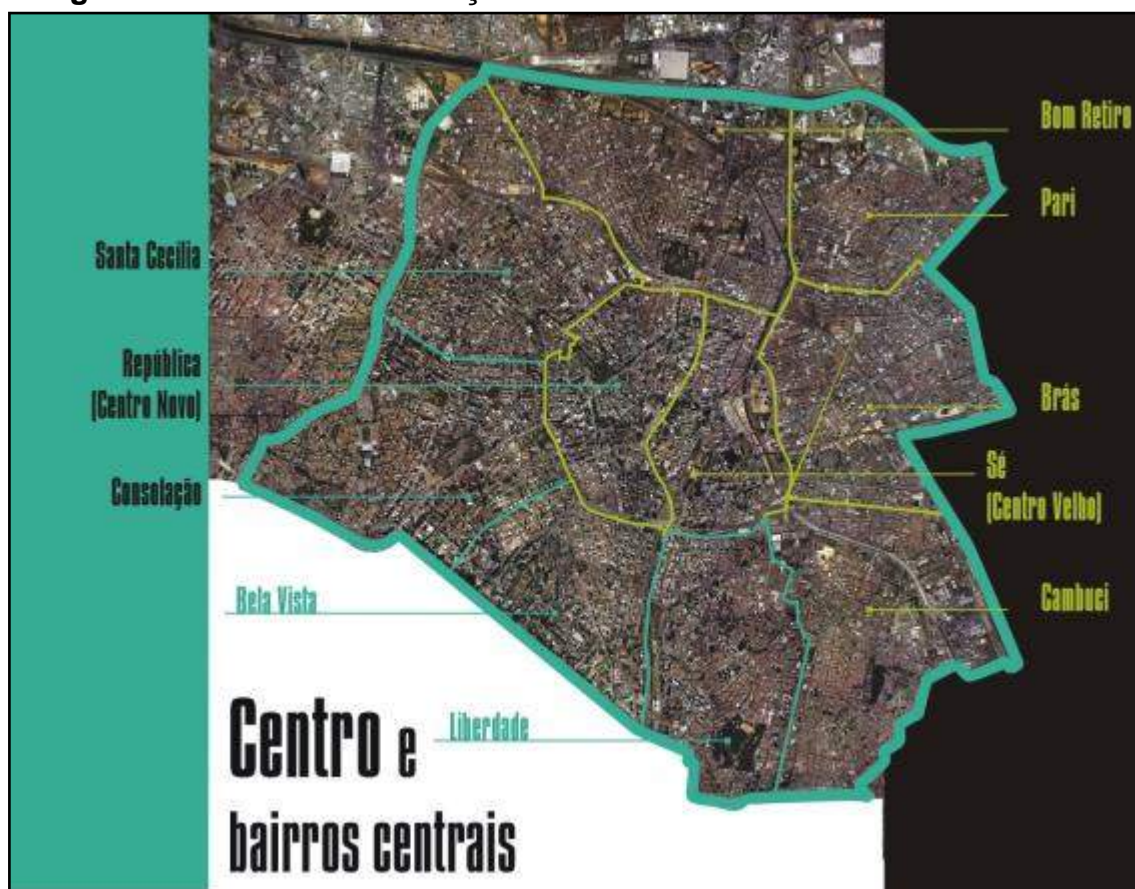
Fonte: Pinacoteca de São Paulo. Disponível em <<http://www.pinacoteca.org.br/>>. Acesso em: 12 jan. 2014.

O primeiro plano concreto do século XXI para a revitalização do centro de São Paulo é apresentado pelo novo governo em maio de 2001, tendo como ponto de partida a dinâmica existente no território da Administração Regional da Sé, ou seja, o Centro Velho (Distrito Sé), o Centro Novo (Distrito República) e o conjunto de bairros centrais que integram os Distritos Bom Retiro, Santa Cecília, Pari, Brás, Cambuci, Liberdade, Bela Vista e Consolação.

2.6 AS ESTRATÉGIAS DE INTERVENÇÃO URBANA NA ÁREA CENTRAL DE SÃO PAULO

A ideia de se fazer um plano de revitalização para o Centro de São Paulo surge já no ano de 2000, quando no bojo da negociação das dívidas de Estados e Municípios, ficou estabelecida para o Município de São Paulo uma condição de excepcionalidade ao limite de endividamento do município que possibilitava a contratação de um empréstimo até o montante de US\$ 100,4 milhões junto ao Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID (Silva, 2004, p.64).

Figura 15 - Área de intervenção do Plano Reconstruir o Centro – 2001



Fonte: PMSP/PROCENTRO, 2001.

Segundo o discurso da Poder Público Municipal daquele período, o programa denominado “Plano Reconstruir o Centro” enfrentava o desafio de realizar uma política urbana com inclusão social. Uma política urbana que ao mesmo tempo potencializasse os aspectos positivos que caracterizam a centralidade de São Paulo e construísse soluções para a população excluída dos direitos de cidadania presentes no Centro.

O plano foi elaborado num trabalho conjunto de representantes das secretarias e empresas da administração municipal, entre elas a Secretaria de Planejamento, a Secretaria da Habitação e Desenvolvimento Urbano, a Empresa Municipal de Urbanização – EMURB, o PROCENTRO e a Administração Regional da Sé. Também buscaram incorporar às propostas as sugestões e demandas

encaminhadas pelos diversos setores da sociedade civil, como as associações e movimentos populares que atuam na região.

Os objetivos propostos pelo plano eram (PMSP/PROCENTRO, 2001):

- resgatar o caráter público do espaço público;
- ampliar o uso residencial e garantir a diversidade de funções;
- consolidar a identidade de centro metropolitano;
- promover ações urbanísticas com inclusão social;
- criar mecanismos de gestão democrática voltados para o interesse coletivo;
- atuar sistematicamente para a redução da violência.

Para alcançar esses objetivos também foram propostas algumas diretrizes de gestão, entre as quais:

- estabelecer parcerias políticas e materiais entre Poder Público Municipal e outros níveis de governo, organismos internacionais, governos de outros países, iniciativa privada, instituições públicas (universidades, fundações, entidades de classe), ONGs e organizações comunitárias;
- compartilhar a gestão com a sociedade civil;
- regularizar o uso e a ocupação de espaços públicos e de imóveis privados;
- construir a Subprefeitura da Sé.

A concretização do plano foi elaborada pensando na criação de programas que agrupam ações e recursos sob a responsabilidade de diferentes órgãos da administração municipal, que possibilitem a articulação das políticas setoriais municipais e de outros níveis de governo e a adequação da legislação urbanística para garantir o caráter público do espaço público e viabilizar novos investimentos

adequados às características e potencialidades do território da Administração Regional da Sé¹⁶. Para alcançar esse objetivo foram criados 8 programas:

Quadro 10 – Programas apresentados no Plano Reconstruir o Centro – 2001

PROGRAMA	OBJETIVO
Andar no Centro	Melhorar as condições de circulação de pedestres e veículos. Segundo a Prefeitura, beneficiaria mais de dois milhões de pessoas que diariamente circulam no Centro Velho, no Centro Novo e nos bairros centrais, atingindo todos os usuários: moradores, trabalhadores, estudantes, turistas e demais transeuntes.
Morar no Centro	Melhorar a qualidade de vida dos habitantes do Centro e trazer outros moradores para a região. Segundo a Prefeitura, a demanda natural por novas moradias é formada por pessoas que trabalham no Centro, que apreciam a diversidade funcional e social que o Centro apresenta e que são usuárias do transporte coletivo.
Trabalhar no Centro	Dar suporte a atividades econômicas, melhorando as condições das áreas e setores de comércio e serviços existentes e incentivar a ampliação de atividades econômicas
Descobrir o Centro	Ampliar o tempo de permanência dos usuários do Centro nos períodos após o horário comercial e nos finais de semana e feriados, bem como atrair turistas e a população em geral para atividades de cultura, gastronomia, lazer e recreação. Tem como público-alvo as pessoas presentes diariamente no Centro Velho, Centro Novo e bairros centrais - moradores, trabalhadores, turistas, estudantes e demais transeuntes - assim como a população metropolitana não habituada a frequentar o Centro.
Preservar o centro	Recuperar as feições das ruas, praças, largos e edifícios de diversas épocas que contam a história da formação do Centro e da cidade.
Investir no Centro	Atrair investimentos viabilizando intervenções de grande porte para transformação urbanística de áreas seguindo as diretrizes de uso e ocupação do solo que garantam os objetivos deste plano.
Cuidar do Centro	Restabelecer no âmbito da Administração Regional da Sé as condições para garantir a manutenção da área central em consonância com o plano e compartilhar os cuidados com a sociedade.
Governar o Centro	Colocar o interesse público acima de qualquer outro e criar mecanismos de gestão democrática para implementar as propostas do Plano.

Fonte: PMSP/PROCENTRO (2001).

Após a apresentação do Plano Reconstruir o Centro à sociedade civil e ao BID e na medida que as negociações com a instituição financeira foram evoluindo, houve um ajustamento das ações de forma a obter efeitos de sinergia, uma vez que as ações propostas encontravam-se muito pulverizadas e corriam o risco de não se potencializar umas às outras e o programa diluir-se por uma área por demais vasta.

¹⁶ Substituída logo em seguida pela Subprefeitura da Sé, através da LEI Nº 13.399, de 1º de agosto de 2002, que cria 31 Subprefeituras no lugar das antigas Administrações Regionais.

Assim, em março de 2002 é aprovada uma carta-consulta referente ao PROCENTRO que funciona como um “sinal verde” para o prosseguimento das negociações com a instituição financeira.

Dentre as ações revistas pelo governo municipal, a primeira foi desenvolver um novo arranjo institucional de gestão do território e a promoção do desenvolvimento econômico da área central. Para tanto, foi realizada a substituição da coordenação do plano, até então sob a responsabilidade do PROCENTRO, para o Fórum de Desenvolvimento Regional e Econômico do Centro de São Paulo e pela Coordenação Executiva Ação Centro¹⁷, sendo que o primeiro possuía um caráter representativo e deliberativo e o segundo, um perfil mais operativo (SILVA, 2004, p. 17).

Outra importante mudança adotada com o novo arranjo institucional é que a área de atuação dos novos organismos seria mais restrita, cobrindo apenas os Distritos Sé e República, ou seja, aquela área conhecida como Centro Velho e Centro Novo da cidade.

Com as alterações realizadas no Plano Reconstruir o Centro, cujo objetivo era obter efeitos de sinergia de forma a potencializar cada uma das intervenções propostas, lança-se um novo programa denominado “Ação Centro”, que compreende um amplo número de ações envolvendo diferentes secretarias e organismos da administração municipal, conforme apontado pela coordenadora do programa Nadia Somech que na época era a presidente da EMURB, a qual, segundo o contrato de empréstimo, era a entidade executora do programa¹⁸ (PMSP/EMURB, 2004, p. XV):

Com estes princípios, estruturamos o Programa Ação Centro, composto de um conjunto de ações a serem implementadas por 16 secretarias e cinco empresas municipais. Estas ações estão distribuídas em cinco eixos –

¹⁷ Ambos foram instituídos pelo Decreto Municipal nº 44.089/2003.

¹⁸ Indicada pela prefeitura municipal, que é a mutuária. Além disso, as demais secretarias e companhias municipais que atuam no âmbito do programa são indicadas como subexecutoras.

valorização imobiliária e afetiva, transformação do perfil econômico, melhoria da circulação, recuperação do ambiente urbano e fortalecimento institucional do município.

Os principais objetivos desse programa seguem a mesma linha da proposta do Plano Reconstruir o Centro, dentre os quais (PMSP/PROCENTRO, 2001):

- o resgate do caráter público do espaço coletivo;
- a ampliação do uso residencial;
- a atração e garantia da diversidade de funções;
- a promoção de ações urbanísticas com inclusão social;
- a atuação sistemática de promoção da segurança pública.

O Programa Ação Centro previa 130 iniciativas, entre intervenções urbanas e projetos sociais, para reabilitar a região central, e contava com um orçamento de US\$ 168 milhões, sendo US\$ 100 milhões financiados pelo BID e outros US\$ 68 milhões restantes em contrapartida da Prefeitura São Paulo. De acordo com Silva (2004), os projetos e ações propostas possuem distintas formas de atuação.

A primeira são aquelas ações de zeladoria do espaço público, geridas principalmente pela subprefeitura e empresas municipais responsáveis pela execução das tarefas. Envolve a recuperação de passeios, manutenção do ajardinamento, controle do comércio ambulante, além de ações de limpeza e segurança públicas.

A segunda são aquelas ações e projetos considerados “especiais”, que procuram encaminhar respostas a problemáticas específicas da área central. Neste rol de projetos estão incluídos programas sociais, de promoção de trabalho e renda, de promoção do turismo, de melhoria das condições de drenagem, de melhoria viária, de circulação e de transporte. Muitas das ações dessa categoria fogem ao

perímetro de intervenção restrito - Sé e República - porque algumas delas trabalham a partir de lógicas territoriais que fogem ao perímetro de foco do restante das ações.

Além das ações de zeladoria e dos projetos especiais, o Programa Ação Centro abarca também o desenvolvimento de dois focos de intervenções urbanísticas em localidades consideradas estratégicas: o Parque Dom Pedro II e suas imediações e outra área que cobre o Centro Velho e Centro Novo. Tais ações foram distribuídas em cinco eixos ou componentes de atuação (PMSP/EMURB, 2004):

- Componente Reversão da Desvalorização Imobiliária e Recuperação da Função Residencial;
- Componente Transformação do Perfil Econômico e Social;
- Componente Recuperação do Ambiente Urbano;
- Componente Transporte e Circulação;
- Componente Fortalecimento Institucional do Município.

Paralelamente ao Programa Ação Centro, cuja área intervenção está concentrada nos Distritos Sé e República¹⁹, a Prefeitura Municipal de São Paulo, através da Secretaria Municipal de Planejamento – SEMPLA lançou em 2005 um novo programa de revitalização urbana para a região da Luz. Esse programa, denominado “Projeto Nova Luz”, propõe uma intervenção urbana na área que compreende uma extensão de aproximadamente 362 mil metros quadrados.

De acordo com as informações apresentadas pela Prefeitura, ao longo dos últimos anos a região passou por um processo de esvaziamento populacional e desvalorização imobiliária, comum ao restante do centro da cidade.

¹⁹ Embora também existam intervenções realizadas fora desse perímetro, conforme apontado anteriormente, devido às inter-relações existentes entre os distritos adjacentes ao Centro Velho e Centro Novo.

Na ausência de ações específicas por parte do Poder Público, os fatos favoreceram a concentração de atividades ilegais na região, movimento que acabou provocando forte deterioração do tecido social e urbano ali presentes. A trajetória envolveu ainda uma crescente concentração de segmentos populacionais mais vulneráveis na área, o que acabou acarretando um estigma para a região.

A área da Nova Luz mantém-se economicamente dinâmica em decorrência da presença tradicional de segmentos comerciais especializados (como os de componentes e equipamentos eletroeletrônicos e de informática, e o de autopeças) e de alguns ramos do setor de serviços (como os culturais e de alojamento e alimentação), que geram aproximadamente 2.500 empregos formais.

Foto 25 – Sala São Paulo, localizada na antiga estação Júlio Prestes



Fonte: Orquestra Sinfônica de São Paulo. Disponível em <www.osesp.art.br/>. Acesso em: 12 jan. 2014.

Além do dinamismo econômico, a região tem se beneficiado da existência de diferentes investimentos públicos na área da cultura e do entretenimento, bem como

na de transportes urbanos – especialmente por meio da expansão do Metrô –, o que tem melhorado sua já excepcional acessibilidade.

Assim, a decisão de recuperar a área é tomada a partir do diagnóstico de que o projeto de requalificação urbana da Nova Luz pode não apenas aperfeiçoar os investimentos públicos já realizados no local, além daqueles em andamento e em fase de projeto, mas também estimular novos empreendimentos de caráter privado, que poderão trazer vitalidade econômica e social à região.

O Projeto de Intervenção Urbanística da Nova Luz foi inserido junto às várias ações do Programa Ação Centro e está estruturado em quatro eixos de atuação:

1. O primeiro corresponde à elaboração do Plano Urbanístico que irá nortear as intervenções urbanas, econômicas e sociais, seja pelo Poder Público, seja pelo setor privado, definindo diretrizes e um padrão de uso e ocupação do solo que leve à requalificação urbanística da área. Esse Plano Urbanístico será constituído não apenas de um documento norteador, mas também de um aparato legal que dará suporte às transformações que se pretendem empreender, incluindo eventualmente propostas de mudanças na lei de zoneamento.
2. O segundo eixo se refere a um conjunto de ações a serem implantadas junto ao setor público municipal para empreender flexibilidade e agilidade a todos os processos necessários à execução de empreendimentos na região que envolvam a Prefeitura do Município de São Paulo. Isso engloba desde a modificação de formas de trabalho dentro do poder municipal até a alteração de mecanismos legais.
3. O terceiro eixo envolve uma série de articulações a serem feitas junto ao setor privado e ao setor público não municipal para a viabilização do projeto. Em relação ao setor privado, as articulações incluem principalmente ações voltadas a atrair empreendimentos para a região e gestões no sentido de garantir sua viabilidade

financeira. Já as ações junto ao setor público de outras esferas de governo incluem articulações com órgãos executivos para a realização de intervenções, como a CDHU, responsável pelo Programa de Intervenções em Cortiços, atuante na região, além de eventuais gestões junto a órgãos de fiscalização ou assemelhados, no sentido de facilitar e agilizar a execução do projeto em suas distintas frentes.

4. O quarto eixo compreende a realização de um conjunto de intervenções concretas, que se dividem em intervenções numa “região-piloto”, localizada em um dos extremos da área total abrangida pelo projeto, e em uma série de projetos localizados em seu entorno.

Figura 16 – Localização das áreas de transformação prioritárias no Projeto Nova Luz



Fonte: Prefeitura Municipal de São Paulo – Projeto Nova Luz – 2006.

Entretanto, o projeto não obteve apoio de diversos grupos locais, como da Associação de Moradores e Comerciantes do Bairro Santa Ifigênia e Associação de Moradores e Comerciantes da Luz, que entraram com uma ação direta de inconstitucionalidade contra a Lei de Concessão Urbanística (14.917/09), acarretando uma liminar que suspende a validade da lei do início de 2012.

Com a mudança da gestão da Prefeitura em 2012 e toda a problemática legal pela qual o projeto tem passado, sua implantação não chegou a acontecer, encontrando-se em fase de reelaboração pela nova gestão municipal.

Assim como apontado anteriormente, no caso da experiência de revitalização da área central da cidade de Lisboa, em São Paulo ainda não foi possível aplicar de forma efetiva e global nenhum dos planos propostos nos últimos anos, sendo as iniciativas tomadas de forma pontual.

De comum a ambas as experiências, podemos destacar a falta de recursos financeiros para execução de obras de infraestrutura de maior porte e de projetos-piloto capazes de serem indutores de processos de transformações mais profundos; a falta de um conceito político a respeito do modelo de intervenção a se adotar; necessidade de maior participação do setor privado no processo e a dificuldade na gestão de conflitos entre o Poder Público e a população residente nessas áreas centrais.

A imagem de uma cidade é cada vez mais associada a um centro urbano culturalmente distinto. Desta forma, nos processos de revitalização contemporâneos que buscam a mudança de percepção face às áreas centrais da cidade, ganham cada vez mais importância os componentes sociais e humanos.

Neste sentido, a aposta na reestruturação dos centros urbanos passa por assumir o investimento público e privado como forma de inversão da imagem degradada, nos mais variados níveis, buscando tornar tais lugares atrativos para novos investimentos que contribuam para garantir a sustentabilidade dos processos.

CAPÍTULO 3 - O BAIRRO CENTRO DE UBERLÂNDIA

3.1 INTRODUÇÃO

O município de Uberlândia encontra-se dividido em cinco setores: Centro, Sul, Norte, Oeste e Leste. O Setor Centro por sua vez encontra-se dividido em 11 bairros: Bom Jesus, Brasil, Cazeca, Centro, Daniel Fonseca, Fundinho, Lídice, Martins, Nossa Senhora Aparecida, Osvaldo Resende e Tabajaras.

Dentre os bairros do Setor Centro o Osvaldo Resende é o que possui a maior população, área e número de domicílios, enquanto o Fundinho é o bairro que possui os menores índices nos três quesitos.

O Bairro Centro, objeto de estudo deste capítulo, possuía em 2010, de acordo com o IBGE, uma população de 7.262 pessoas distribuídas em 3.663 domicílios, numa área total de 1,38 km². Desta população, 16,97% possuíam até 19 anos; 34,66% de 20 a 39 anos; 23,72% de 40 a 59 anos e 24,65%, mais de 60 anos. Portanto a maioria da população (51,63%) é formada por jovens e adultos jovens, diferentemente do que ocorre tradicionalmente nas áreas centrais de cidades de grande porte, cuja população é composta predominantemente por adultos e idosos (IBGE, 2012).

Figura 17 – Uberlândia (MG) - População do Bairro Centro – 2010

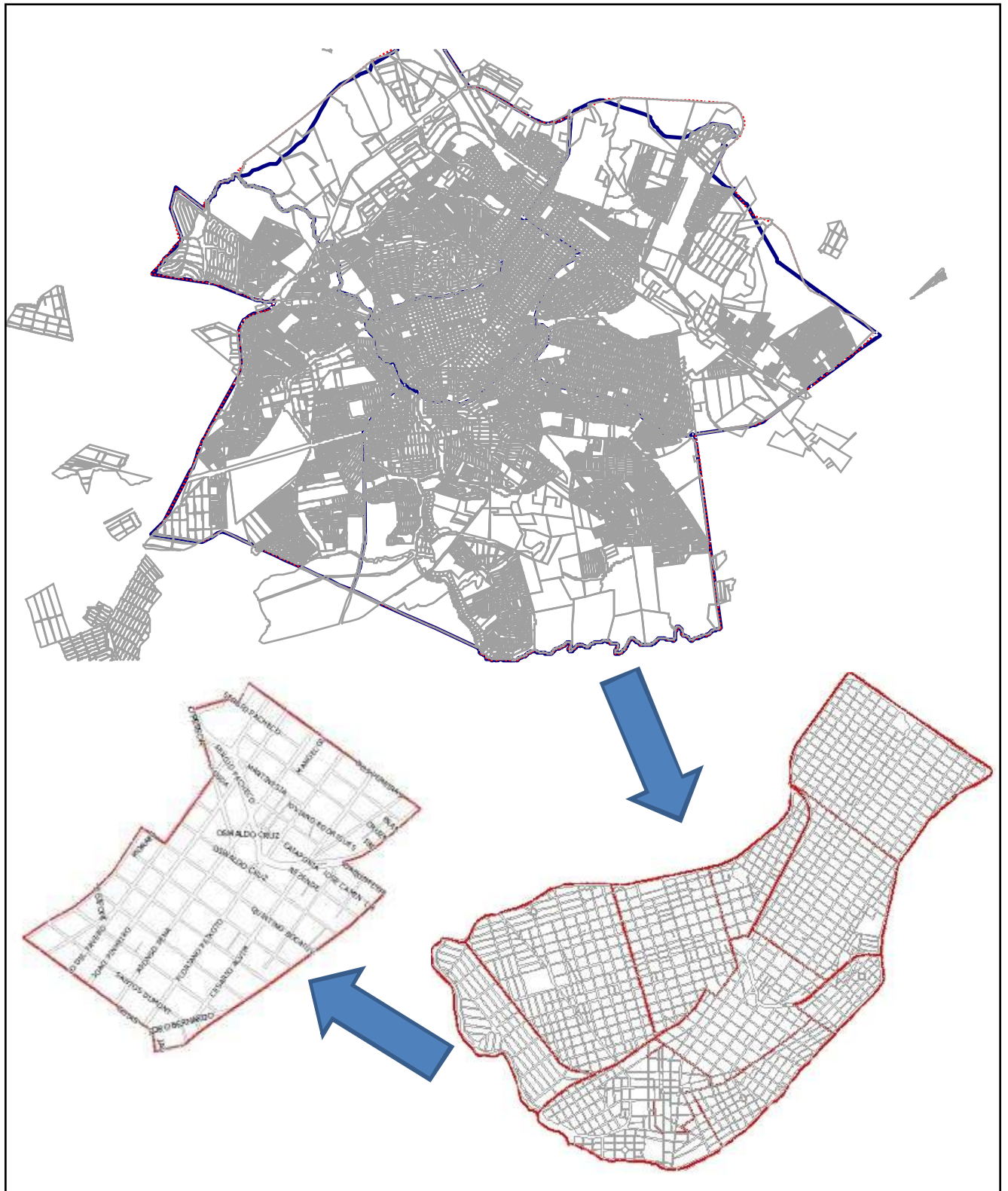
SETOR CENTRAL

BAIRRO	Pop. Por Bairro	AREA (Km²)*	N° De Domic.	POPULAÇÃO																				
				SEXO		FAIXA ETÁRIA																		
				Masc.	Fem.	Menos de 1 Ano	01 a 04 Anos	05 a 09 Anos	10 a 14 Anos	15 a 19 Anos	20 a 24 Anos	25 a 29 Anos	30 a 34 Anos	35 a 39 Anos	40 a 44 Anos	45 a 49 Anos	50 a 54 Anos	55 a 59 Anos	60 a 64 Anos	65 a 69 Anos	70 a 79 Anos	80 a 89 Anos	90 a 99 Anos	100 Anos ou mais
Fundinho	2.732	0.38	1.259	1.166	1.566	13	60	75	105	180	289	223	156	156	173	217	197	169	151	151	241	130	39	7
Centro	7.262	1.38	3.663	3.033	4.229	39	185	200	263	545	866	745	533	373	385	458	463	417	348	312	623	418	84	5
Lidice	4.180	0.69	1.771	1.883	2.297	23	96	119	206	289	445	380	321	225	244	313	309	256	219	193	335	173	33	1
Cazeca	3.202	0.39	1.280	1.506	1.696	24	96	134	164	277	415	328	242	206	205	228	228	169	123	117	166	74	6	0
Tabajaras	6.811	1.23	2.746	3.123	3.688	58	209	268	325	465	637	600	526	464	446	513	545	456	396	340	373	164	26	0
Bom Jesus	4.466	0.67	1.829	2.123	2.343	37	179	219	291	393	424	350	341	298	321	288	286	233	210	176	298	106	15	1
Martins	8.788	1.45	3.717	3.940	4.848	65	263	356	468	763	909	722	576	499	601	646	551	551	435	387	630	305	59	2
Osvaldo Rezende	18.578	2.50	7.241	8.648	9.930	203	746	1.006	1.157	1.370	1.714	1.682	1.434	1.280	1.311	1.313	1.233	1.005	861	662	1.083	432	85	1
Daniel Fonseca	4.793	1.02	1.769	2.324	2.469	58	224	279	307	387	465	425	396	317	355	342	322	270	198	149	208	73	18	0
Nossa Senhora Aparecida	11.390	1.71	4.678	5.195	6.195	77	355	445	647	869	1.176	1.011	837	745	781	821	753	677	563	476	742	346	65	4
Brasil	12.701	2.20	4.832	5.943	6.758	126	498	637	771	992	1.229	1.184	1.073	905	893	964	832	711	591	418	597	243	36	1
Totais	84.903	13.6	34.785	38.884	46.019	723	2.911	3.738	4.704	6.530	8.569	7.650	6.435	5.468	5.715	6.103	5.719	4.914	4.095	3.381	5.296	2.464	466	22

Fonte: IBGE, 2010.

Fonte: Secretaria Municipal de Planejamento Urbano - PMU, 2011.

Figura 18 – Localização do Bairro Centro na cidade de Uberlândia



Fonte: UDIGIS online/ Secretaria de Planejamento Urbano de Uberlândia, 2010.

O Bairro Centro encontra-se delimitado a norte pelas Avenidas Getúlio Vargas e Cipriano del Fávoro, a sul pela Avenida Rio Branco, a oeste pela Rua Goiás e a leste pela Rua dos Pereiras. No sentido Norte/Sul, um total de sete Avenidas cortam a área central e no sentido Leste/Oeste, 14 ruas e uma Avenida compõem o restante da trama urbana central.

Embora seja um território único do ponto de vista da delimitação oficial, encontramos nesse bairro diferenças profundas entre seus diferentes setores, cujas características de uso e ocupação do solo, do perfil do comércio e do serviço ou do público que o frequenta mudam substancialmente.

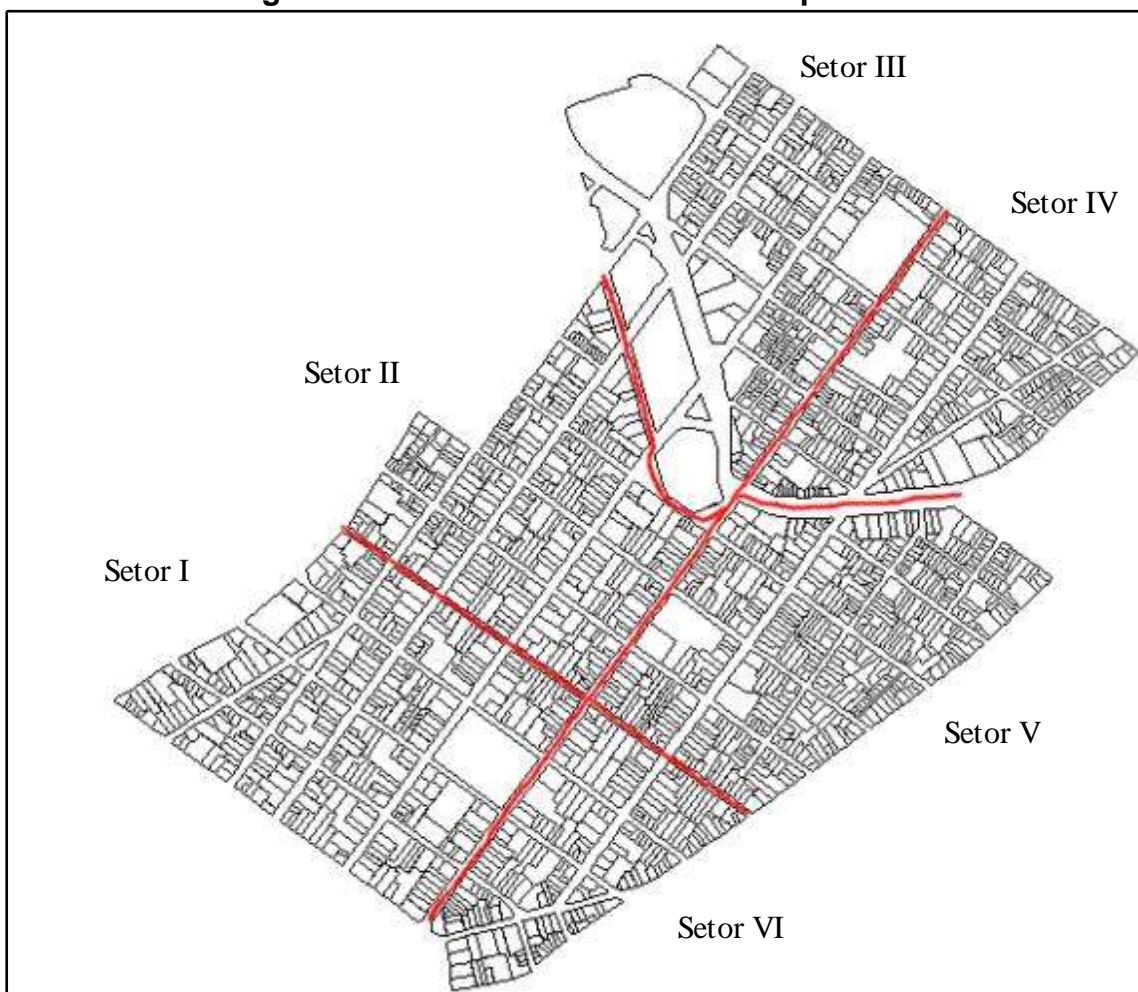
Para compreender as diferentes dinâmicas e os processos que ocorrem no Centro, é preciso conhecê-lo com maior profundidade, não sendo possível qualificá-lo como um espaço uniforme que se encontre em decadência e que por consequência necessite passar por um processo de revitalização ou requalificação, como normalmente são tratadas as áreas centrais de grandes centros urbanos brasileiros ou mesmo de outros países.

Ao observar as diversas realidades do bairro, neste capítulo verificaremos que o mesmo ainda possui áreas tanto de intenso uso residencial, como de intenso uso comercial ou de serviços e, ainda, outras cujo uso predominante é o misto, bem próximo daquele que muitos urbanistas consideram como o ideal para uma cidade compacta e de boa qualidade de vida.

3.2 METODOLOGIA ADOTADA NO LEVANTAMENTO DE DADOS

Para compreender melhor essa realidade diversa, dividiu-se o bairro em seis partes, tendo como linhas divisoras no sentido Norte/Sul a Avenida Floriano Peixoto, e no sentido Leste/Oeste a Rua Machado de Assis e as Avenidas João Pessoa e João Naves de Ávila.

Figura 19 – Divisão do Bairro Centro por setores



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Nas últimas décadas, foram desenvolvidos diversos estudos que tinham como objetivo compreender as dinâmicas de desenvolvimento das áreas centrais e o processo de descentralização que ocorre em seguida. Um dos estudos pioneiro é de COLBY (1933) que apresentava uma reflexão teórica a respeito das forças

centrípedas e centrífugas modelando o espaço urbano. Já no final da década de 50, no período pós-guerra, novos autores como Murphy e Vance (1954) e Horwood e Boyce (1959) voltam a realizar novos estudos baseados principalmente na análise do uso do solo e nas características das atividades comerciais presentes no setor.

Adotando uma metodologia de estudo semelhante, inicialmente foi realizado um levantamento do uso e ocupação do solo do bairro e posteriormente a identificação de sua estrutura comercial e de serviço, identificando a situação lote a lote, utilizando sempre como referência os mapas georreferenciados de Uberlândia disponibilizados pela Secretaria de Planejamento Urbano do município através do programa UDIGIS Online.

O levantamento foi realizado no período compreendido entre outubro de 2010 e março de 2011. Após a tabulação dos dados foram elaborados mapas que representam as informações coletadas por meio da observação direta realizada com a visita *in loco* a todas as ruas do bairro, anotando o uso existente em cada lote.

Para identificar o uso e ocupação do solo dos diversos lotes que compõem a trama urbana do Bairro Centro e das demais áreas que serão analisadas neste trabalho, foram criadas sete categorias de usos:

- uso residencial;
- uso comercial (comércio e serviços);
- uso misto (comercial e residencial no mesmo lote);
- uso público (setor público e associações da sociedade civil organizada);
- uso religioso;
- praças e áreas verdes;
- lotes não ocupados, áreas abandonadas e obras em construção.

O método de identificação dos usos se deu por meio da leitura do objeto, ou seja, da edificação que estava inserida dentro do lote indicado no mapa georreferenciado. Em alguns casos houve dificuldade em identificar se o uso de uma determinada edificação era residencial, comercial ou misto; para tanto se adotou um padrão de leitura.

A maior parte dos casos em que houve dúvida aconteceu em edificações tipo unifamiliares de um a três pavimentos. Nesses casos, a edificação foi considerada de uso residencial quando se encaixava em determinados requisitos:

1. inexistência de qualquer tipo de identificação do nome do empreendimento na fachada do edifício,
2. inexistência de identificação comercial junto ao quadro de energia (em geral no uso misto há mais de um quadro de energia);
3. falta de intervenções na fachada do edifício típicas de empreendimentos comerciais (grandes portas e janelas tipo vitrine, rampas de acessibilidade para portadores de necessidade especial etc.);
4. inexistência do empreendimento no Guia Sei²⁰.

Por outro lado foi considerado de uso comercial, mesmo apresentando as características acima, quando o imóvel encontrava-se sem uso, à venda ou disponível para locação. Adotou-se esse critério, pois uma vez que o imóvel localizado nesta região é colocado no mercado imobiliário, independentemente de poder vir a possuir novamente uso residencial, passa a ser avaliado pelo seu potencial valor comercial.

²⁰ GuiaSei é uma lista telefônica comercial editada pelo grupo Algar, proprietário da principal companhia de telefonia fixa da cidade de Uberlândia, a CTBC, cujos assinantes são identificados pelo endereço.

Para melhor compreensão, o resultado do levantamento do uso e ocupação do solo realizado nos lotes do Bairro Centro será apresentado em duas etapas. Na primeira serão apontados os resultados dos seis setores, apresentados anteriormente, permitindo uma visão detalhada de cada um deles.

Na segunda etapa serão apresentados os resultados no bairro como um todo, por categoria de uso de solo, permitindo uma visão completa de cada uso no bairro, bem como identificar as concentrações e dispersões existentes na categoria. Por último será apresentado o mapa completo do bairro com todos os usos juntos, para que possamos ter uma visão global da situação atual do uso e ocupação do solo.

Para a análise da estrutura de comércio e serviços do Bairro Centro e demais áreas objeto de estudo utilizou-se o mesmo levantamento, onde estavam identificadas as atividades de comércio e serviços, presentes em cada um dos lotes de uso comercial e misto do bairro. Para esse levantamento foram consideradas apenas as lojas de rua, ou seja, os empreendimentos visíveis para o usuário que utiliza a rua, localizados tanto no térreo como nos pavimentos superiores. Não foram considerados estabelecimentos que se encontravam no interior de galerias ou centros comerciais, bem como todos os escritórios localizados dentro de um edifício comercial.

Como existe uma grande variedade de tipologias de atividades comerciais e segmentos de serviço, optou-se em um primeiro momento por trabalhar com categorias de comércio e serviços mais genéricas, de forma a traçar um mapa geral da situação atual e em seguida detalhar cada uma delas, tentando abranger o máximo possível de tipologias existentes.

A utilização dessas categorias principais se deu em função da impossibilidade de detalhar em um único mapa, de escala reduzida, todos os tipos de

empreendimentos existentes no bairro. Utilizando um número menor de categorias foi possível ter uma visão bastante pormenorizada da realidade atual dos principais setores econômicos.

Para determinar as categorias de comércio que seriam trabalhadas, foram pesquisados alguns tipos de classificações de formatos comerciais encontrados na literatura específica sobre o tema e detalhadas no capítulo anterior.

Analisando as classificações, verificamos que muitas delas são semelhantes; que algumas tipologias existentes, embora presentes em muitos países, são pouco difundidas no Brasil em função de razões diversas (inclusive alguns deles já tentaram entrar no mercado brasileiro sem sucesso); e que algumas são mais comuns em grandes centros urbanos, típicas de áreas suburbanas ou nas cidades-satélites da região metropolitana, e não se aplicam ao caso de Uberlândia.

Desta forma, para este trabalho, adotou-se uma classificação que melhor se adaptasse à realidade de Uberlândia. Assim, foram criadas 12 categorias específicas, das quais cinco voltados para o comércio e seis para os serviços, além do misto, para aqueles lotes que apresentam ambos os usos.

Para o comércio adotou-se:

- lojas de especialidade: trabalham com uma linha de produto específico, como vestuário, ópticas, livrarias, farmácias etc.;
- lojas de alimentação e bares: comércio que trabalha com o segmento de alimentos e bebidas, tais como padarias, cafés, lanchonetes, restaurantes, bares e casas noturnas;
- lojas de departamento: ofertam grande variedade de produtos, separados por linha, podendo ser especializadas ou diversificadas;

- lojas de desconto: especializadas em um único tipo de produto ou numa variedade deles, a preços mais baixos;
- supermercados e mercearias: tipo de comércio de autosserviço, de grande ou pequena variedade de produtos de consumo diário e imediato.

Já para os serviços, temos aqueles segmentos mais representativos:

- serviços de saúde: conjunto de serviços compostos por clínicas médicas, ambulatórios, hospitais, laboratórios, clínicas psicológicas e clínicas odontológicas;
- serviços financeiros e de seguros: conjunto de serviços que engloba bancos, financeiras, correspondentes bancários, corretores de seguros e seguradoras;
- serviços educacionais: compostos por escolas particulares de ensino fundamental e médio, cursos técnicos e profissionalizantes e ensino superior; além de escolas de idiomas, dança, música e esportes;
- serviços de estética e beleza: cabeleireiros, barbeiros, salões de beleza, clínicas de estética, manicures, clínicas de depilação e serviços de massagem;
- serviços de profissionais liberais: compostos por profissionais liberais das áreas de advocacia, agrimensura, arquitetura, contabilidade, decoração, engenharias, além de serviços de consultoria e assessoria diversos;
- outros serviços: serviços diversos que não estão contemplados em nenhum dos grupos anteriores.

Além desses usos, também foi adotado o:

- uso misto: utilizado quando há em um mesmo lote mais de um dos segmentos citados anteriormente ou um uso para comércio e serviços no mesmo lote.

O resultado do levantamento da estrutura de comércio e serviços do Bairro Centro também será apresentado em duas etapas. Na primeira detalharemos os

tipos de uso do solo comercial, permitindo assim uma melhor compreensão das dinâmicas do uso comercial no bairro e demais áreas analisadas neste trabalho.

Serão separados em quatro usos distintos:

- uso para o comércio ou loja de rua;
- uso para o serviço;
- uso misto de comércio e serviço e;
- uso não identificado e/ou sem uso.

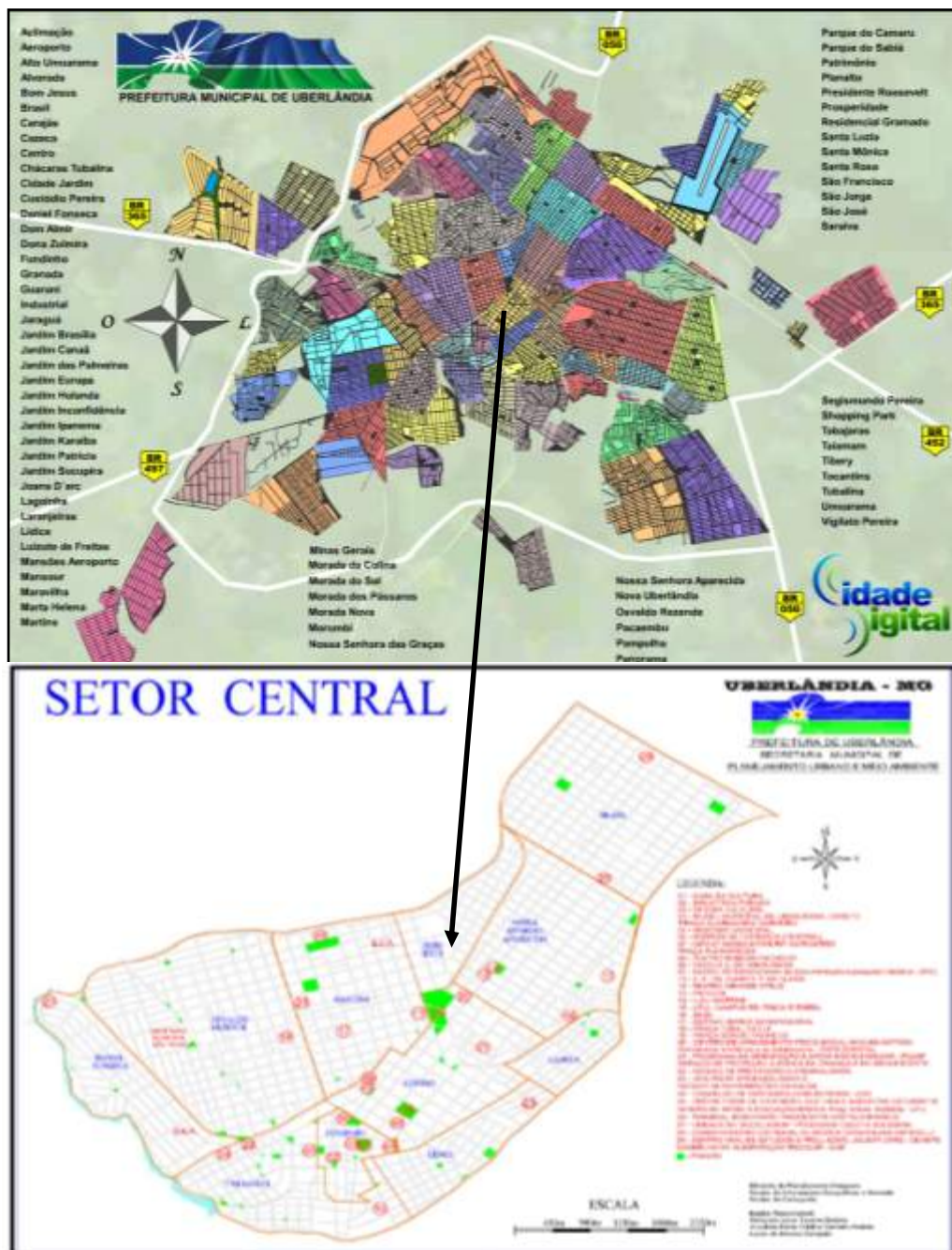
Na segunda etapa serão apresentados os resultados por categorias, permitindo visualizar a presença e importância de cada um dos segmentos, bem como identificar as concentrações e dispersões existentes no bairro. Nessa etapa as categorias também serão apresentadas por subcategorias de maior relevância, possibilitando conhecer detalhadamente as características de comércio e serviços existentes nos bairros e áreas analisadas.

3.3 FORMAÇÃO DO BAIRRO CENTRO

Antes de detalhar os resultados do levantamento do uso e ocupação do solo e da estrutura comercial e de serviço, é importante fazer uma descrição das características do bairro, que tanto o diferenciam das demais regiões da cidade, como conferem características particulares para o seu desenvolvimento e funcionamento.

Dentre os elementos estruturantes do Bairro Centro podemos citar alguns que irão influenciar significativamente o desenvolvimento de toda a sua dinâmica funcional e comercial.

Figura 20 – Uberlândia (MG) – Localização do setor central na malha urbana da cidade – 2010



Fonte: Secretaria Municipal de Planejamento Urbano - PMU – 2010.

Inicialmente destacamos a instalação da Estação Ferroviária, em 1895, no setor noroeste do atual Bairro Centro, que gerou um fluxo de deslocamento do Bairro fundacional da cidade, o Fundinho, em direção à estação, criando uma nova

centralidade para a cidade, que, diferentemente do núcleo inicial, surgido de forma espontânea, buscava uma nova lógica para o local, de progresso e modernidade, conforme aponta Soares (1995, p.101):

Uma cidade que almejava o progresso e a modernidade, sobretudo, porque essas mudanças expressavam e fundamentavam a expansão das relações capitalistas, não podia conviver com ruas estreitas e tortuosas, em que se misturavam cavalos, carroças, automóveis, lojas com mercadorias amontoadas, que dificultavam a circulação de pessoas, e, principalmente, enfejavam a paisagem urbana.

A instalação da estação ferroviária aos finais do século XIX leva à criação de um projeto urbanístico para a cidade, que seguindo os modelos de intervenção adotados em diversos municípios, tanto nacional como mundialmente, no período anterior a este, buscavam solucionar parte dos problemas urbanos existentes, mas seu foco principal era o embelezamento da cidade.

O modelo de intervenção em busca do embelezamento teve início em Paris em meados do século XIX, quando o prefeito Haussmann transforma a antiga cidade, até então suja e desorganizada, numa metrópole moderna cujos traços se mantêm até os dias atuais. Mais tarde isso viria a ser aplicado em diversas outras cidades europeias, como em Barcelona por meio do Plano Cerdà, e Bruxelas, Milão, Viena, Florença, Lisboa.

No Brasil, o modelo ficou consagrado pelo Plano de Embelezamento e Saneamento da Cidade do Rio de Janeiro, também conhecido como Plano ou Reforma de Pereira Passos, autor do projeto cujo sucesso em termos de “modernização” da cidade iria servir de exemplo para uma série de intervenções urbanas adotadas em outros municípios brasileiros, que buscavam um rompimento com o passado e a criação de uma nova “modernidade”.

Por “Reforma Pereira Passos” entende-se um grande número de obras públicas que redefiniram de modo radical a estrutura urbana da cidade do Rio de Janeiro durante o governo do prefeito Pereira Passos. Houve uma verdadeira reconstrução do centro da cidade, rompendo com as

características de cidade colonial e fazendo emergir novos traçados mais compatíveis com o uso de trens e bondes, em vez de animais e carruagens. O plano da Prefeitura previa a abertura de alguns grandes eixos de circulação na cidade, como as Avenidas Beira-Mar, Mem de Sá e Salvador de Sá. Além da canalização de todos os rios que corriam em Laranjeiras, Botafogo, Rio Comprido e Engenho Velho, substituídos por galerias subterrâneas, o projeto de melhoramentos da Prefeitura incluía o ajardinamento e a arborização de praças e ruas, a abertura de praças, a construção de três pequenos mercados, do Teatro Municipal e o Paço Municipal (BENCHIMOL, 1992).

Entre os anos de 1907 e 1908 foi elaborado o primeiro plano diretor de Uberlândia pelo engenheiro Mellor Ferreira Amado, que projetou um novo traçado urbano para a cidade. De acordo com Soares (1995, p.103):

O projeto, que postulava a construção de uma paisagem completamente nova para a cidade, criou uma outra área central, com um conjunto de largas e extensas avenidas arborizadas e ruas transversais, que formavam um tabuleiro de xadrez.

Este novo traçado criou cinco novas avenidas paralelas, das quais as vias Floriano Peixoto e Afonso Pena se tornaram inicialmente o local de residência da elite local e, a partir da década de 1940, os principais eixos comerciais da região.

A Praça Tubal Vilela - antiga Praça da República - construída entre as duas avenidas, torna-se o núcleo desse novo centro da cidade. Surge também toda uma nova dinâmica fabril e de comércio no entorno da Estação Ferroviária, que se torna um dos primeiros bairros operários de Uberlândia, características que ainda se refletem nas configurações atuais desse setor do bairro.

Todavia, a grande transformação do Bairro Centro ocorre na década de 1970, com a transferência da Estação Ferroviária da Mogiana para a Zona Leste, possibilitando a integração da cidade, que até então se encontrava dividida pelos trilhos da estrada de ferro em dois setores distintos. No lugar da estação foi criada a Praça Sérgio Pacheco, principal zona verde da área central de Uberlândia, com projeto de paisagismo original assinado por Burle Marx.

O antigo caminho dos trilhos dá lugar à Avenida João Naves de Ávila, que expande a ligação da área central com a Zona Leste da cidade, região que começava a se consolidar com a criação da Universidade Federal de Uberlândia, também na década de 1970, e instalação de um *campus* no Bairro Santa Mônica.

No início da avenida e ao lado da nova praça é construído o novo Fórum da Justiça Estadual da cidade, denominado *Palácio da Justiça Abelardo Penna*, projeto dos arquitetos mineiros Roberto Pinto Manata e José Carlos Laerde de Castro, que adotaram os princípios da arquitetura brutalista paulista, utilizando o concreto não apenas como estrutura, mas também como acabamento.

A última grande transformação pela qual o bairro passou influenciou não somente suas dinâmicas e relação internas, mas de toda a cidade. A adoção de um novo sistema de transporte, na década de 1990, período em que Uberlândia já havia ultrapassado o número de 350.000 habitantes e exigia novas soluções em termos de mobilidade, altera radicalmente os fluxos do transporte público.

O Sistema Integrado de Transportes de Uberlândia – SIT, inaugurado em 1997, inspirado em outros adotados em diversas cidades do Brasil e do mundo, criou um sistema de transporte de ônibus urbanos no qual todas as linhas que operam no sentido bairro-centro param em um terminal central, onde é feito o transbordo com as demais linhas sem a necessidade do pagamento adicional de nova tarifa.

O sistema, além de realocar diversos pontos de parada na área central, em especial desafogando o principal ponto de passagem e paragem anterior dos ônibus, localizado na Praça Tubal Vilela, criou uma nova centralidade neste setor do bairro, inclusive com a construção, nos anos subsequentes, de um *shopping center* no interior da estação central. Além disso, o SIT traz para o Bairro Centro mudanças

decorrentes do aumento do número pessoas que circulam pela região. Atualmente a Secretaria Municipal de Trânsito e Transporte – SETTRAN estima o fluxo diário de passageiros no sistema da ordem de 60.000 passageiros (PMU/SETTRAN, 2012, p.15).

3.4 CONFIGURAÇÃO ATUAL DO USO E OCUPAÇÃO DO SOLO DO BAIRRO CENTRO

São apresentados a seguir os resultados do levantamento do uso e ocupação do solo do Bairro Centro de Uberlândia, pelos seis setores no qual ele foi dividido e, em seguida, veremos o bairro como um todo por tipo de uso.

O primeiro setor compreende os limites entre as Avenidas Getúlio Vargas e Floriano Peixoto e entre as Ruas Goiás e Machado de Assis. Esse setor corresponde a um total de 19 quadras, dos quais duas são praças públicas e as demais, compostas por um número variado de lotes.

De um lado, junto à Avenida Getúlio Vargas, temos o limite com o Bairro Martins; e do outro lado, junto à Rua Goiás, com os Bairros Fundinho e Tabajaras, sendo que os demais limites estão dentro do próprio bairro.

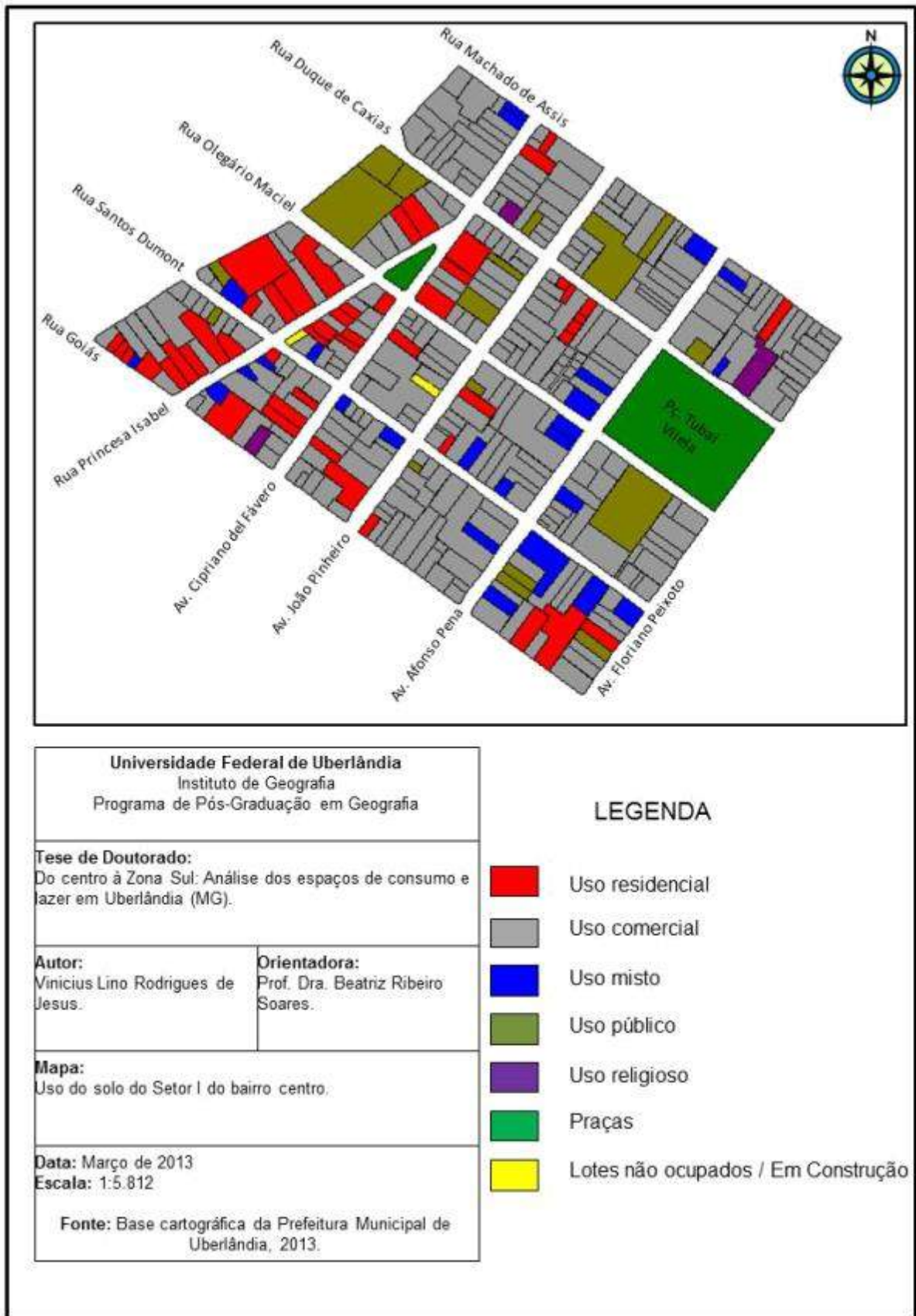
A principal característica do setor quanto ao uso e ocupação do solo é a predominância do uso comercial e de serviços, embora essa concentração se acentue no perímetro entre as Avenidas João Pinheiro e Floriano Peixoto. Também é onde se encontra o maior número de lotes com uso misto e alguns dos principais elementos da paisagem urbana do local, tais como a Escola Estadual Bueno Brandão, a Igreja Matriz Catedral de Santa Terezinha, a Praça Tubal Vilela e o clube social Uberlândia Clube, sendo os dois últimos bens tombados pelo Conselho

Municipal do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Cultural de Uberlândia – COMPHAC.

Já no trecho localizado entre as Avenidas João Pinheiro e Getúlio Vargas encontramos o Mercado Municipal, também tombado pelo COMPHAC, e as principais moradias de luxo do bairro, compostas tanto por residências unifamiliares, como por condomínios verticais, dentre os quais podemos citar os Edifícios Cap Ferrat, Moysés de Freitas e Plaza.

Outro uso que se destaca no setor é o uso público. Além daqueles já citados anteriormente encontramos ainda uma unidade da Universidade Federal de Uberlândia – UFU, uma do Bem Social da Prefeitura Municipal de Uberlândia – PMU, a sede da Receita Estadual de Uberlândia, a Defensoria Pública da cidade; a sede do Sistema Estadual do Meio Ambiente e Recursos Hídricos – SISEMA; a da Procuradoria Seccional da Fazenda Nacional; a dos Correios do Brasil; as unidades do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE; entre outros.

Mapa 01 – Uberlândia (MG) - Uso e ocupação do solo do setor I do Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

O segundo setor compreende os limites entre as Avenidas Getúlio Vargas/Cipriano del Fávero e Floriano Peixoto e entre a Rua Machado de Assis e a Avenida João Pessoa/Rua Coronel Antônio Alves Pereira. Esse setor corresponde a um total de 16 quadras, sendo uma praça pública e as demais, compostas por um número variado de lotes.

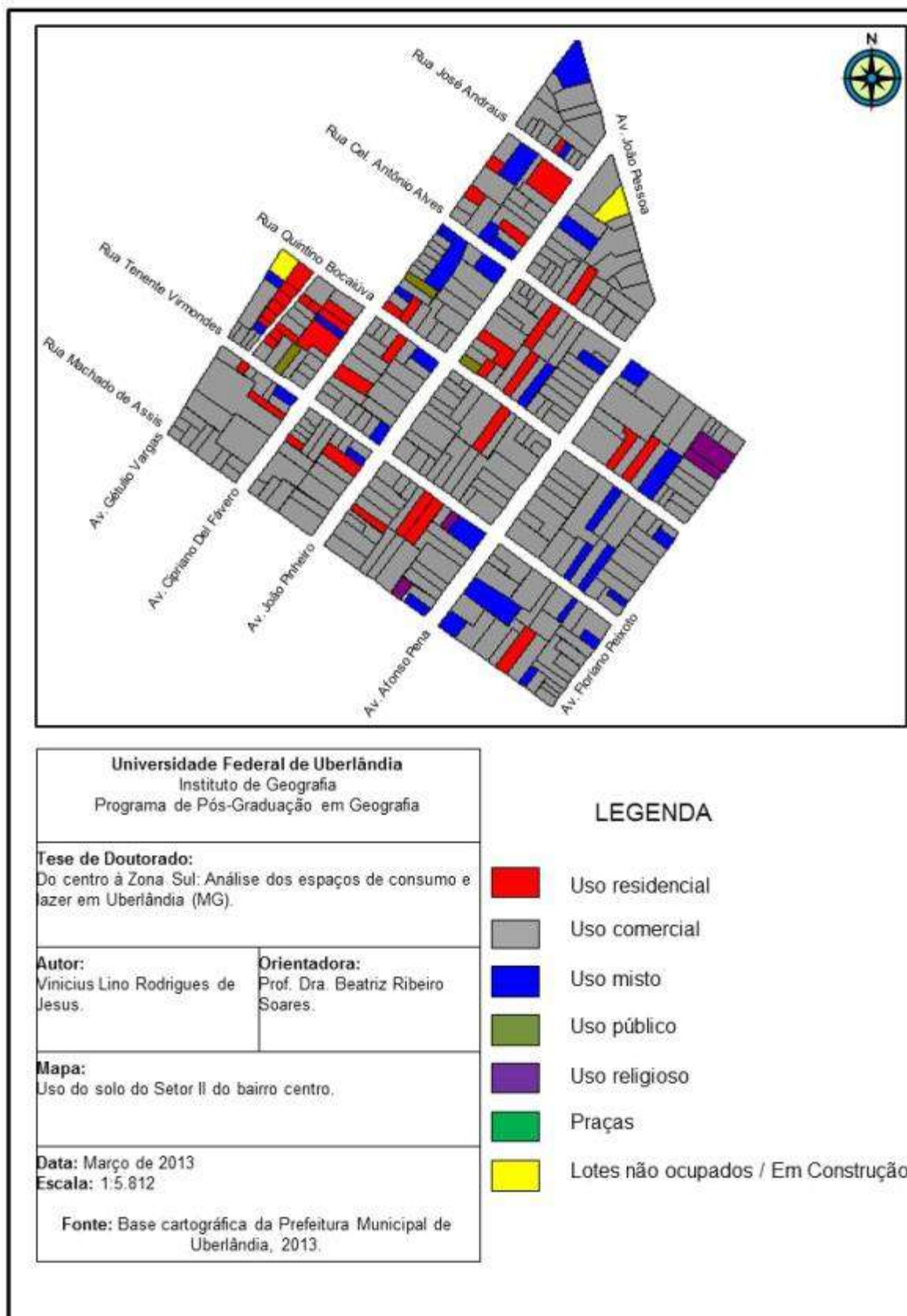
De um lado, junto às Avenidas Getúlio Vargas/Cipriano del Fávero, temos o limite com o Bairro Martins. Os demais limites estão no próprio bairro.

A principal característica do setor quanto ao uso e ocupação do solo é a predominância do uso comercial e de serviços, embora no perímetro entre as Avenidas Getúlio Vargas/Cipriano del Fávero e Afonso Pena, encontremos ainda um grande número de lotes com uso residencial, assim como o uso misto que se apresenta disperso por toda a região.

Uma das particularidades do local abordado é o trecho da Avenida João Pessoa, cujos lotes são de dimensões superiores aos da média dos lotes do bairro e ocupados por grandes galpões que, embora possuam usos diversos nos dias atuais, representam uma herança da presença da estação da Mogiana na região.

No trecho compreendido entre as Avenidas João Pinheiro e Cipriano del Fávero também encontramos algumas das moradias de luxo do Bairro Centro, com destaque para os condomínios verticais, dos quais podemos citar os edifícios Hercília Dias Souza e Costa Brava.

Mapa 02 – Uberlândia (MG) - Uso e ocupação do solo do setor II do Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

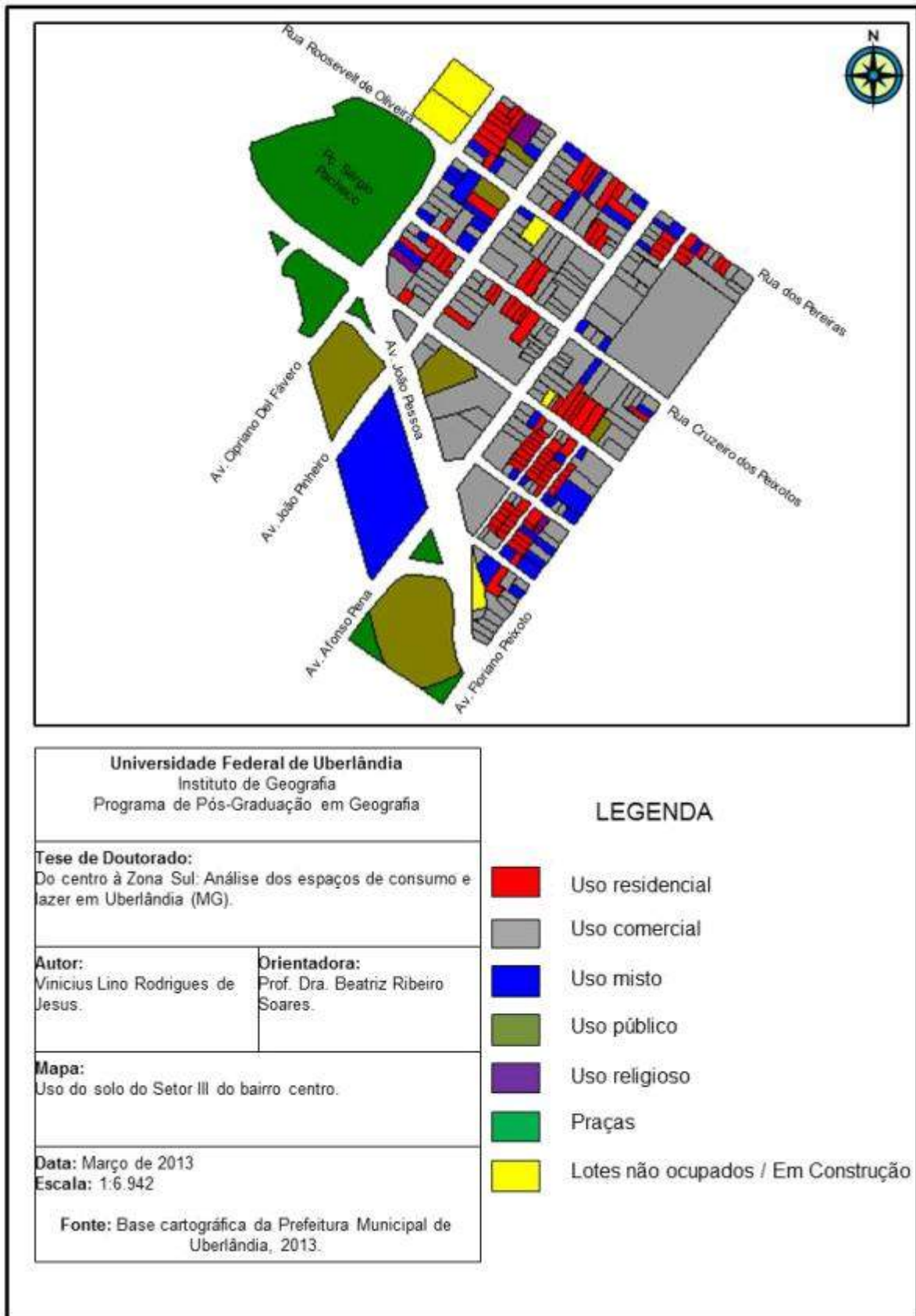
O terceiro setor compreende os limites entre as Avenidas Fernando Vilela e Floriano Peixoto e entre a Avenida João Pessoa/Rua Coronel Antônio Alves Pereira e Rua dos Pereiras. Corresponde a um total de 25 quadras, das quais cinco são praças públicas e as demais, compostas por um número variado de lotes.

De um lado, junto à Avenida Fernando Vilela, temos o limite com o Bairro Bom Jesus e do outro, junto à Avenida João Pessoa, o limite com o Bairro Martins. A Rua dos Pereiras faz limite com o Bairro Nossa Senhora Aparecida e os demais limites estão dentro do próprio bairro. Este setor é o que possui mais inter-relação com os demais bairros que compõem a zona central periférica.

Sua principal característica quanto ao uso e ocupação do solo, assim como nos anteriores, ainda é a predominância do uso comercial e de serviços, embora exista uma grande concentração de uso residencial em algumas áreas, em especial num trecho localizado entre as Avenidas Floriano Peixoto e Afonso Pena onde os quarteirões são cortados por pequenas ruas com faixa de circulação para apenas um veículo, uma pequena calçada para pedestres e lotes de tamanho reduzido.

Os elementos de maior destaque desse setor são: a Praça Sérgio Pacheco, localizada numa de suas extremidades, que, além de ser a maior área verde da região central, é a principal área de lazer ao ar livre do bairro, com uso intenso principalmente nos finais de semana; a estação terminal central de ônibus e o Pratic Shopping, único estabelecimento comercial com essas características na zona central; e parte importante do segmento judiciário local - o Fórum da Justiça Estadual, o Juizado Especial e a Vara da Fazenda Pública e Autarquias.

Mapa 03 – Uberlândia (MG) - Uso e ocupação do solo do setor III do Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

O quarto setor compreende os limites entre a Avenida João Naves de Ávila, Avenida Floriano Peixoto e Rua dos Pereiras e corresponde a um total de 14 quadras, todas compostas por um número variado de lotes.

De um lado, junto à Avenida João Naves de Ávila, temos o limite com o Bairro Cazeca e do outro, junto à Rua dos Pereiras, com o Bairro Nossa Senhora Aparecida. Os demais limites estão dentro do próprio bairro.

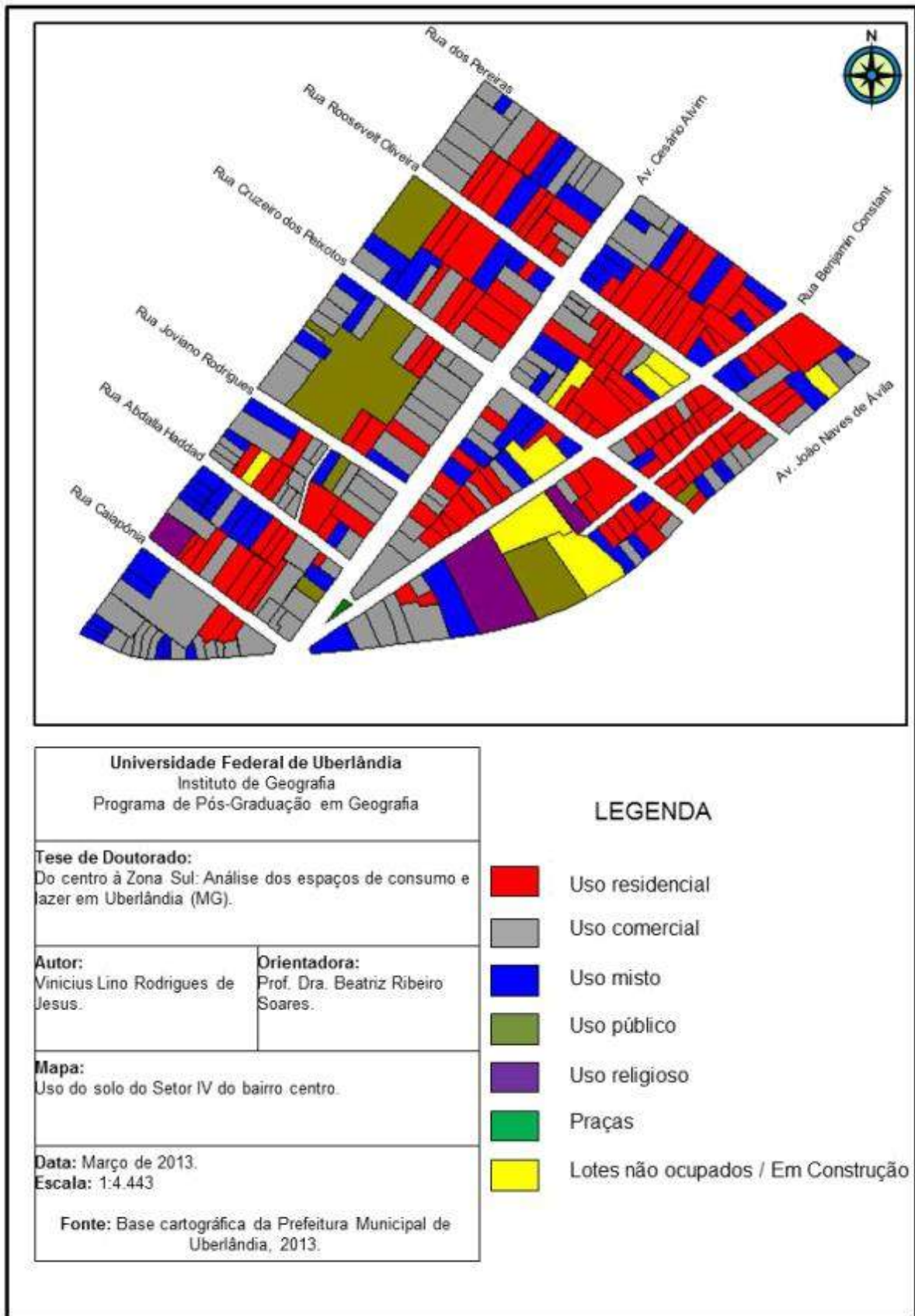
A principal característica desse setor quanto ao uso e ocupação do solo é o equilíbrio entre os usos comercial e de serviços e residencial, sendo que o perímetro localizado entre as Avenidas Floriano Peixoto e Cesário Alvim concentra o maior número de lotes com uso comercial e aquele entre as Avenidas Cesário Alvim e João Naves, o residencial.

Entres os elementos de destaque encontramos o reservatório central do Departamento Municipal de Água e Esgoto - DMAE que, com suas torres de caixas d'água, marca a paisagem local; bem como uma das sedes da Igreja Universal do Reino de Deus, na Avenida João Naves, que se destaca pelo tamanho e arquitetura contemporânea.

Neste setor há também algumas das tipologias de morada mais simples do bairro, com a presença de residências multifamiliares horizontais, tipo cortiço, bem como pequenos lotes que abrigam casas muito simples, de construção mais antiga, em contraste com as moradias de luxo situadas nos setores I e II do local.

O setor destaca-se ainda pelo número de equipamentos públicos, como a Escola Estadual Coronel José Teófilo Carneiro, uma das mais antigas da cidade; e a recém-inaugurada Unidade de Atendimento Integrado – UAI, órgão estadual que concentra uma série de serviços públicos.

Mapa 04 – Uberlândia (MG) - Uso e ocupação do solo do setor IV do Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

O quinto setor compreende os limites entre as Avenidas Rio Branco e Floriano Peixoto e entre a Rua Machado de Assis e Avenida João Naves de Ávila/Rua Joaquim Cordeiro. Corresponde a um total de 17 quadras, todas compostas por um número variado de lotes.

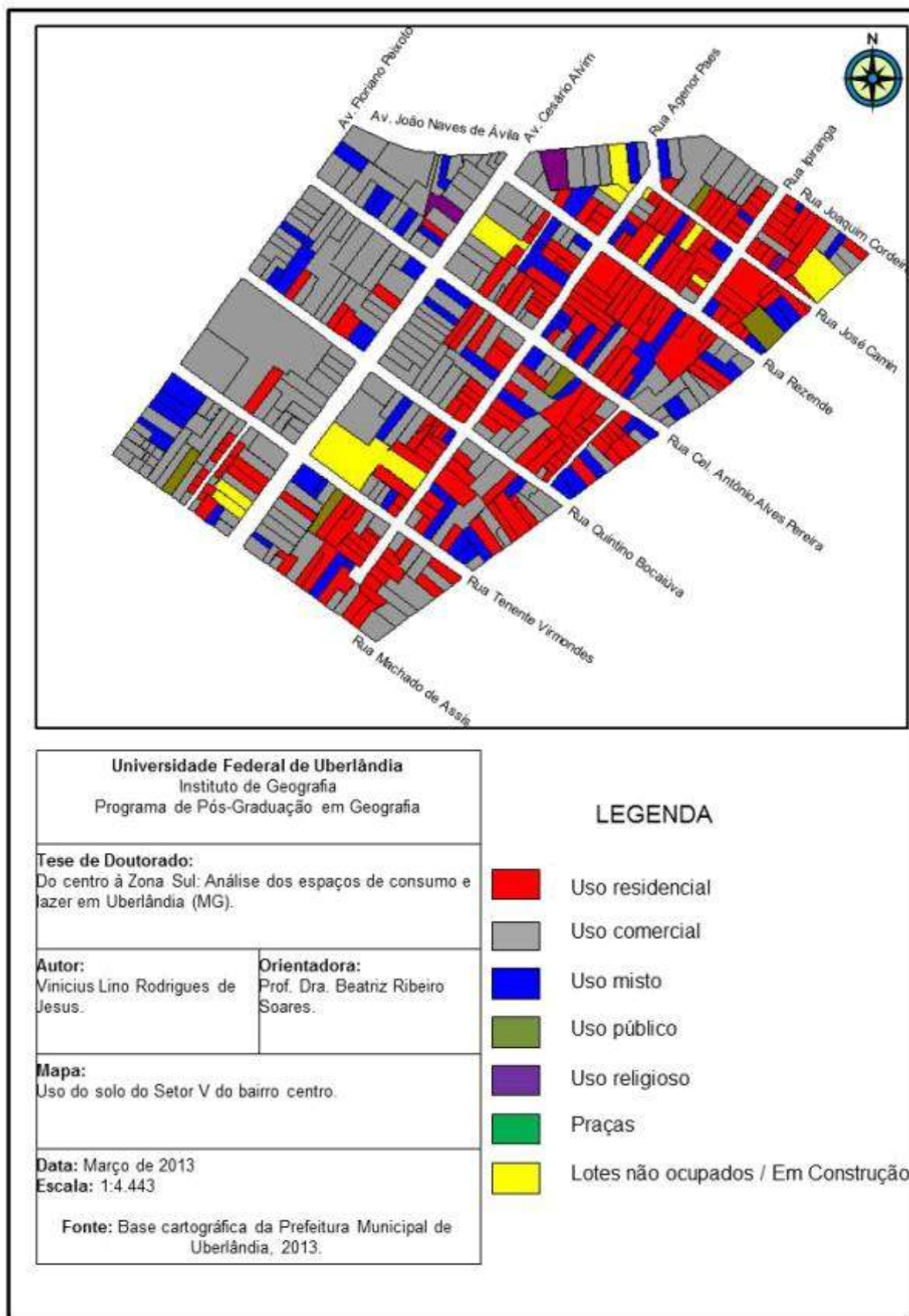
De um lado, junto à Avenida Rio Branco, temos o limite com o Bairro Lídice e do outro, junto à Rua Joaquim Cordeiro, o limite com o Cazeca. Os demais limites estão dentro do próprio bairro.

A principal característica da região quanto ao uso e ocupação do solo é a predominância do uso residencial, com forte concentração no perímetro localizado entre as Avenidas Cesário Alvim e Rio Branco. No trecho entre as Avenidas Cesário Alvim e Floriano Peixoto verifica-se o predomínio do uso comercial e de serviços, bem como a presença do uso misto por todo o setor.

Alguns elementos de destaque na paisagem urbana do local são o condomínio vertical de uso comercial Edifício Uberlândia 2000 e a permanência de duas estruturas, lado a lado, pouco usual nas áreas centrais atuais: a empresa atacadista Tecidos Tita e a concessionária de veículos da marca Ford Udiauto, que juntas ocupam mais da metade de uma quadra localizada na avenida mais nobre do bairro, do ponto de vista comercial.

Quanto ao uso residencial, encontramos ali uma variedade de tipologias, com algumas residências unifamiliares mais antigas oriundas da época da formação do bairro, ao lado de outras construídas a partir dos anos 1970, de padrão médio, mescladas a condomínios residenciais verticais.

Mapa 05 – Uberlândia (MG) - Uso e ocupação do solo do setor V do Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R, 2013.

O sexto setor compreende os limites entre a Rua Barão de Camargos/Avenida Rio Branco e a Avenida Floriano Peixoto e entre as Ruas Goiás e Machado de Assis. Corresponde a um total de 10 quadras, todas compostas por um número variado de lotes.

De um lado, junto à Rua Goiás, temos o limite com o Bairro Fundinho e do outro, junto à Rua Barão de Carmargos/Avenida Rio Branco, com o Bairro Lídice. Os demais limites estão dentro do próprio bairro.

A principal característica do setor quanto ao uso e ocupação do solo é a predominância do uso comercial e de serviços, embora esta concentração acentue-se no perímetro entre as Avenidas Cesário Alvim e Floriano Peixoto.

O principal elemento da paisagem urbana é o edifício Chams (Foto 26), projeto arquitetônico arrojado, em formato poligonal, coberto por vidros, idealizado na década de 1970, inicialmente como edifício residencial e entregue em 1981 como edifício comercial, uma vez que durante seu processo de negociação não foi bem aceito como uso residencial, tendo sido adaptado pelos empreendedores.

Para além da torre, os pisos inferiores são ocupados pelas Lojas Americanas, estabelecimento responsável por introduzir na cidade um novo modelo de comércio, as lojas de departamento. Além de sua importância como elemento arquitetônico, o edifício Chams também está fortemente presente na memória coletiva do comércio da cidade.

Foto 26 – Uberlândia (MG) – Edifício Chams, localizado junto à Praça Tubal Vilela – 2010



Fonte: Paulo Rogério Luciano, 2010.

Este setor também concentra também algumas das moradias de luxo do Bairro Centro, tanto de residências unifamiliares, como de condomínios verticais, com destaque para os edifícios Genésio Carneiro, Guarani e Solar Lumière.

Mapa 06 – Uberlândia (MG) - Uso e ocupação do solo do setor VI do Bairro Centro – 2011



<p>Universidade Federal de Uberlândia Instituto de Geografia Programa de Pós-Graduação em Geografia</p>	
<p>Tese de Doutorado: Do centro à Zona Sul: Análise dos espaços de consumo e lazer em Uberlândia (MG).</p>	
<p>Autor: Vinicius Lino Rodrigues de Jesus.</p>	<p>Orientador: Prof. Dra. Beatriz Ribeiro Soares.</p>
<p>Mapa: Uso do solo do Setor VI do bairro centro.</p>	
<p>Data: Março de 2013 Escala: 1:4.422</p>	
<p>Fonte: Base cartográfica da Prefeitura Municipal de Uberlândia, 2013.</p>	

LEGENDA

- Uso residencial
- Uso comercial
- Uso misto
- Uso público
- Uso religioso
- Praças
- Lotes não ocupados / Em Construção

Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Após analisar cada um dos setores individualmente, destacando algumas de suas particularidades, apresentaremos a seguir um estudo do bairro como um todo, por tipologia de uso do solo. Ao observar o mapa percebemos que, conforme apontado anteriormente, sua principal característica é justamente a diversidade de usos.

Ao realizar um levantamento detalhado do uso e ocupação do solo no bairro, percebemos a predominância do uso de comércio e serviços, característica típica de bairros centrais, embora o uso misto e o residencial, em especial nas extremidades da região, sejam significativos, mostrando que o Centro ainda possui forte componente residencial entre a população local.

O uso de comércio e serviços possui presença mais forte no perímetro entre as Avenidas Cipriano del Fávoro e Cesário Alvim de um lado e Rua Goiás e Avenida João Naves de Ávila do outro.

Do ponto de vista da malha urbana existem problemas recorrentes no bairro: a falta de espaços públicos; um grande número de ruas e calçadas estreitas, sendo que em alguns trechos, como na Rua Barão de Camargos por exemplo, chegamos a encontrar calçadas com menos de um metro de largura, algo extremamente inadequado em termos de desenho urbano, fatores que dificultam bastante o fluxo tanto de veículos motorizados como de pedestres (Foto 27).

Encontramos no bairro uma trama urbana em formato de xadrez, cujos diversos cruzamentos tornam necessária a instalação de semáforos em sua maioria, complicando ainda mais a relação entre veículos motorizados e pedestres.

Foto 27 – Uberlândia (MG) – Calçada da Rua Barão de Camargos esquina com Rua Javari – 2013



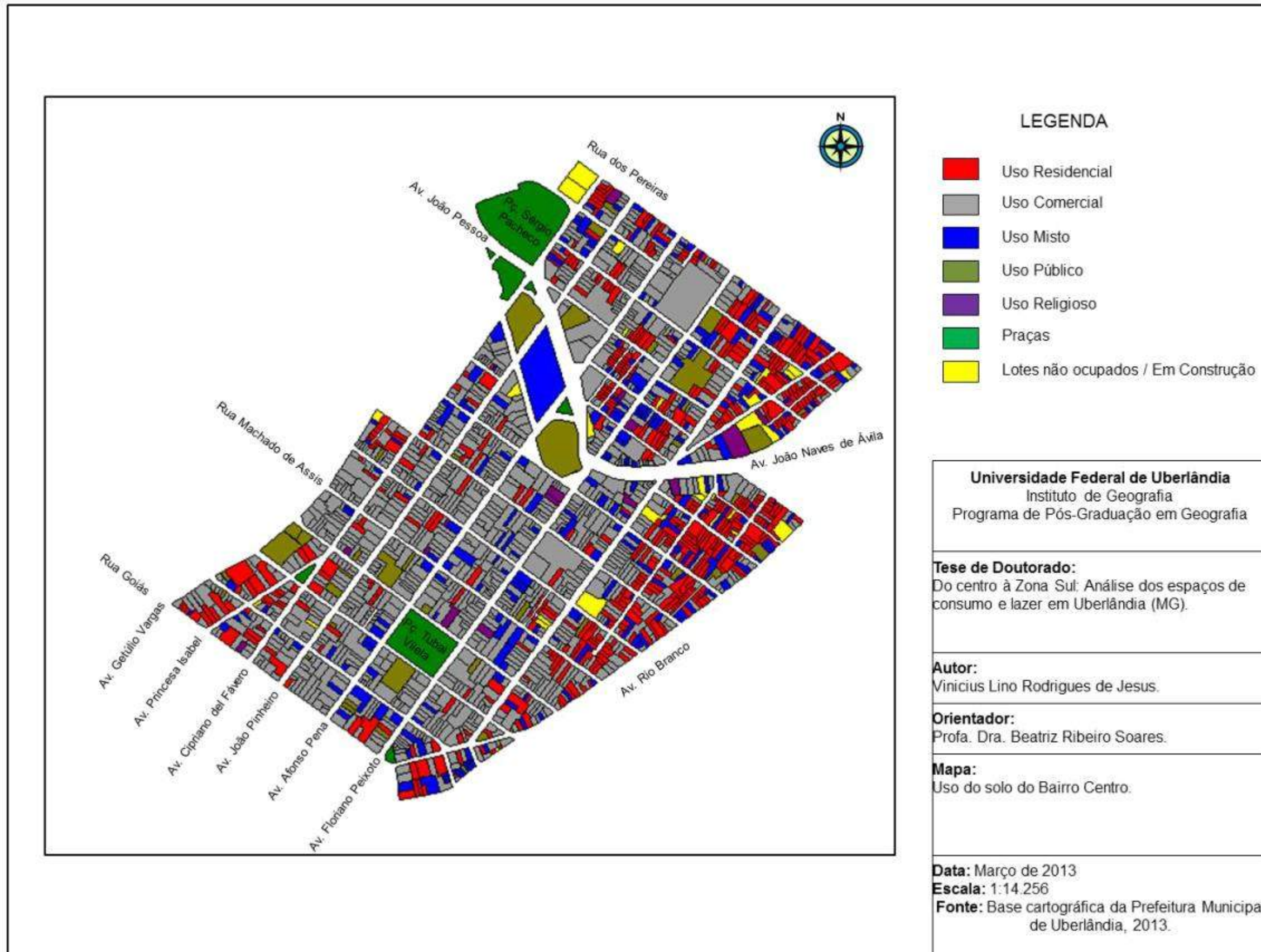
Fonte: JESUS, V.L.R, 2013.

De modo geral, todas as avenidas do bairro possuem duas faixas de rolamento destinadas a veículos motorizados e duas faixas de estacionamentos, uma de cada lado, com vagas tanto para o uso geral (parte delas com o sistema de estacionamento rotativo), como para os usos específicos, como carga e descarga, exclusivo de idosos e deficientes físicos, para autoridades, para veículos de segurança e para clientes de farmácia. Já as ruas possuem em geral duas faixas de rolamento e uma para estacionamento.

As exceções são a Avenida João Pinheiro que, numa das últimas intervenções urbanas realizadas na área central, a Prefeitura transformou uma de suas faixas de estacionamento em via exclusiva para ônibus que servem o transporte público da cidade e as Avenidas João Pessoa e João Naves de Ávila, que seguem o antigo traçado da estação Mogiana e possuem um desenho com três a quatro faixas de rolamento e faixas de estacionamento variado.

Quanto aos espaços públicos, vemos que, à exceção de pequenas praças que possuem muito mais a função de separadores de vias de trânsito, a região conta com apenas duas praças públicas de maior porte, a Praça Tubal Vilela e a Praça Sérgio Pacheco. Ambas cumprem um papel significativo na vida cotidiana do Bairro Centro e são espaços de encontros de fundamental importância para vida da região central como um todo.

Mapa 07 – Uberlândia (MG) - Uso e ocupação do solo do Bairro Centro – 2011



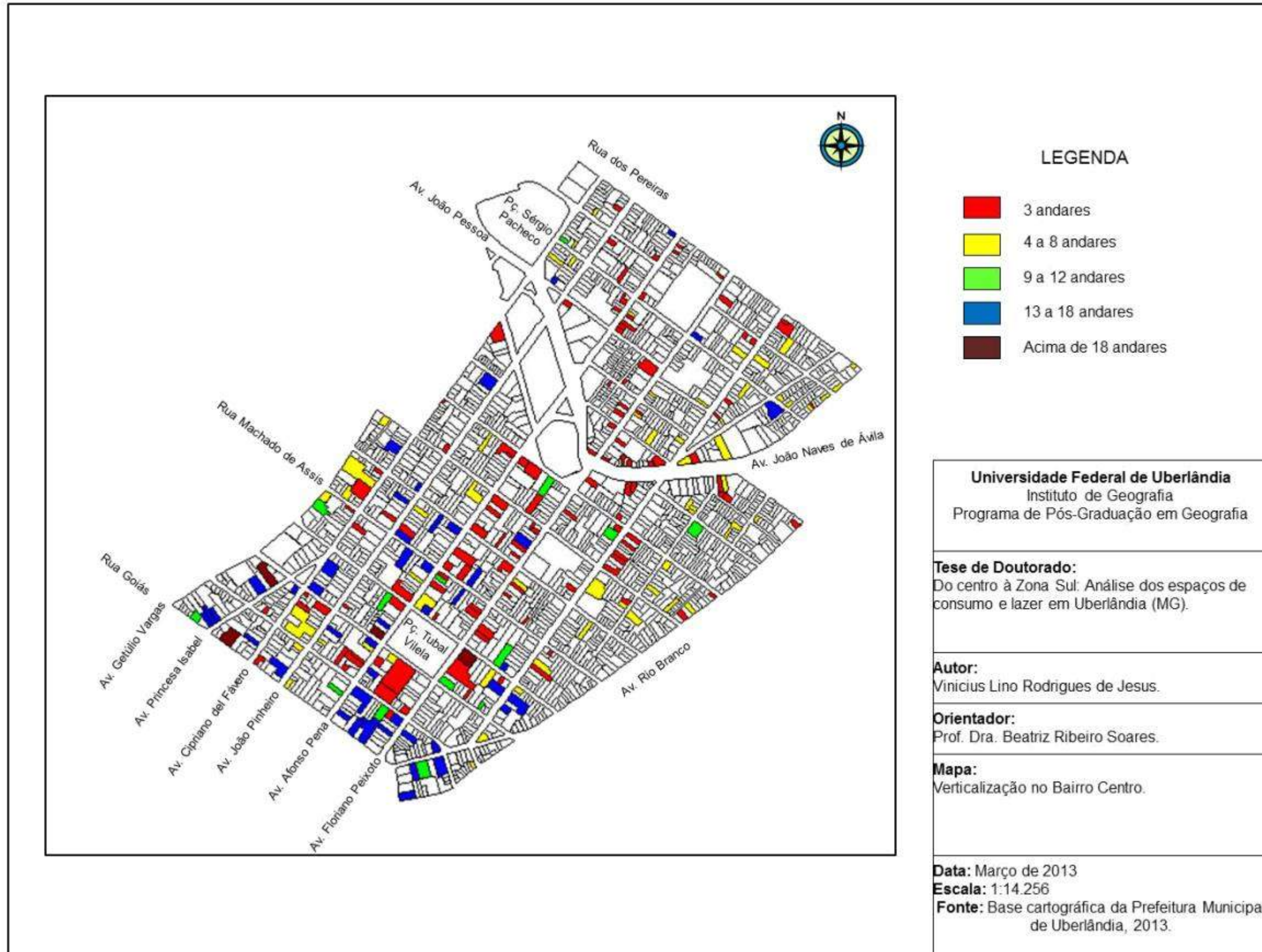
Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Ao analisar os usos do Bairro Centro separadamente, é possível compreender algumas das dinâmicas que ocorrem em seu interior com maior clareza. Se olharmos inicialmente o uso exclusivamente residencial, veremos que se concentra em quatro eixos principais. O primeiro é aquele do perímetro compreendido entre as Avenidas Cipriano del Fávoro e Cesário Alvim por um lado e Rua Goiás e Avenida João Naves de Ávila, por outro.

Nesse eixo, embora ainda encontremos algumas residências unifamiliares, a predominância é de condomínios residenciais verticais de uso misto ou exclusivo residencial. Os de uso misto são aqueles construídos em sua maioria na primeira etapa do processo de verticalização, que inicia na década de 1950 e se prolonga até a de 1970, quando foi produzida uma variedade de edifícios, ora voltados para a classe média tradicional, ora para a elite local, utilizando-se o pavimento térreo para as atividades comerciais e os superiores para a moradia, como no caso dos edifícios Drogasil, Tubal Vilela, entre outros.

Os de uso exclusivamente residencial em sua maioria são edificações da segunda etapa do processo de verticalização do bairro, que começa em meados da década de 1970 e se estende até a de 1990. Os empreendimentos lançados nesse período possuem uma tipologia de edifícios bastante variada, são voltados para nichos mais específicos, como jovens, solteiros, recém-casados, famílias pequenas, famílias grandes etc.; o que culminou tanto no lançamento de apartamentos de um ou dois quartos; inclusive do tipo *flats*, que oferecem uma gama de serviços característicos de hotelaria para os moradores do condomínio; como de apartamentos de quatro ou mais quartos com apenas uma unidade por andar.

Mapa 08 – Uberlândia (MG) - Verticalização do Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013

O edifício, inicialmente, vem solucionar o problema da moradia para classes médias, em apartamentos de dois ou três quartos. Posteriormente, as classes de renda alta passam a morar em edifícios, resultando na construção de belos prédios, com apartamentos de um andar inteiro, com toda a infraestrutura. Ao longo do tempo, o projeto arquitetônico dos edifícios sofreu sensíveis modificações em suas plantas, tanto interna como externamente. As varandas e os jardins aumentaram sua área; a divisão interna foi reestruturada com amplas salas, vários banheiros, quartos menores, salas de música e televisão, escritórios, acompanhando a dinâmica da arquitetura e a conjuntura econômica brasileira (SOARES, 1995: p.171).

O segundo eixo é aquele localizado entre as Avenidas Cipriano del Fávoro e Getúlio Vargas e Ruas Goiás e Coronel Antônio Alves, que ainda possui um trecho residencial importante, em especial junto à Avenida Princesa Isabel.

As moradias são compostas tanto por residências unifamiliares como por condomínios residenciais verticais. Em relação às moradias unifamiliares localizadas neste primeiro setor, a maior parte é composta de edificações de qualidade superior voltadas para a elite política e econômica local; parte composta por casas mais antigas, remanescentes da ocupação original da área que ocorre a partir da década de 1930; e outra parte, de uma ocupação mais recente que se inicia na década de 1960 e vai até 1990, com forte influência da arquitetura modernista.

No entorno do centro, principalmente entre as Avenidas João Pinheiro e Cipriano del Fávoro instalou-se, a partir de meados da década de 30, a elite política e econômica em suas mansões e palacetes luxuosos. Os mesmos foram construídos por arquitetos famosos, com projetos sofisticados, tomando a fisionomia da cidade cada vez mais elegante e moderna (SOARES, 1995, p.124).

Essas residências tendem a se tornar comerciais à medida que vão sendo passadas de geração em geração, uma vez que seu desenho já não é tão adequado à concepção atual de moradia, sendo normalmente compostas por vários cômodos, mas com poucas amenidades bastante apreciadas nos dias atuais, como suítes, garagem para vários carros, instalações eletro-hidráulicas modernas. Além disso, sua localização também já não possui um apelo residencial tão forte para as

gerações mais jovens, que preferem novos bairros formados em regiões mais afastadas e de maior prestígio social.

Adequá-las às necessidades atuais muitas vezes implica um elevado investimento, tornando-as pouco atrativas para os herdeiros. Entretanto, se as instalações não são adequadas ao uso residencial, sua localização privilegiada as torna atrativas do ponto de vista comercial, podendo ser adaptadas ou reconstruídas para tal finalidade.

Também é onde estão localizados os principais condomínios residenciais verticais de alto padrão do bairro, construídos principalmente na década de 1990, compostos em sua maioria por apartamentos de quatro ou mais quartos, com uma unidade por andar e oferta diversificada de comodidades para os condôminos.

O terceiro eixo é aquele localizado entre a Avenida João Naves de Ávila e a Rua dos Pereiras, com uso predominante de residências unifamiliares e pequenos condomínios residenciais verticais, de três a cinco pavimentos, dispersos por toda a área.

Identificamos nesse eixo duas tipologias predominantes: uma de residência de padrão médio, de ocupação a partir dos anos 1960; e outra de casas mais simples, tanto remanescentes da antiga Vila Operária, instalada junto à antiga fábrica de tecidos, composta inicialmente por 50 casas bastante simples (MOURA & SOARES, 2009, p. 27), como aquelas produzidas também a partir dos anos 1970, mas em lotes de dimensões reduzidas e sem grande valor arquitetônico.

Parte dessas residências tende a transformar-se em uso comercial, quer seja devido à escassez de áreas disponíveis nos eixos anteriores, onde está localizada a maior concentração da atividade comercial da região, quer seja em função do

crescimento da atividade comercial na Avenida João Naves de Ávila, que se consolida como um novo eixo comercial na cidade.

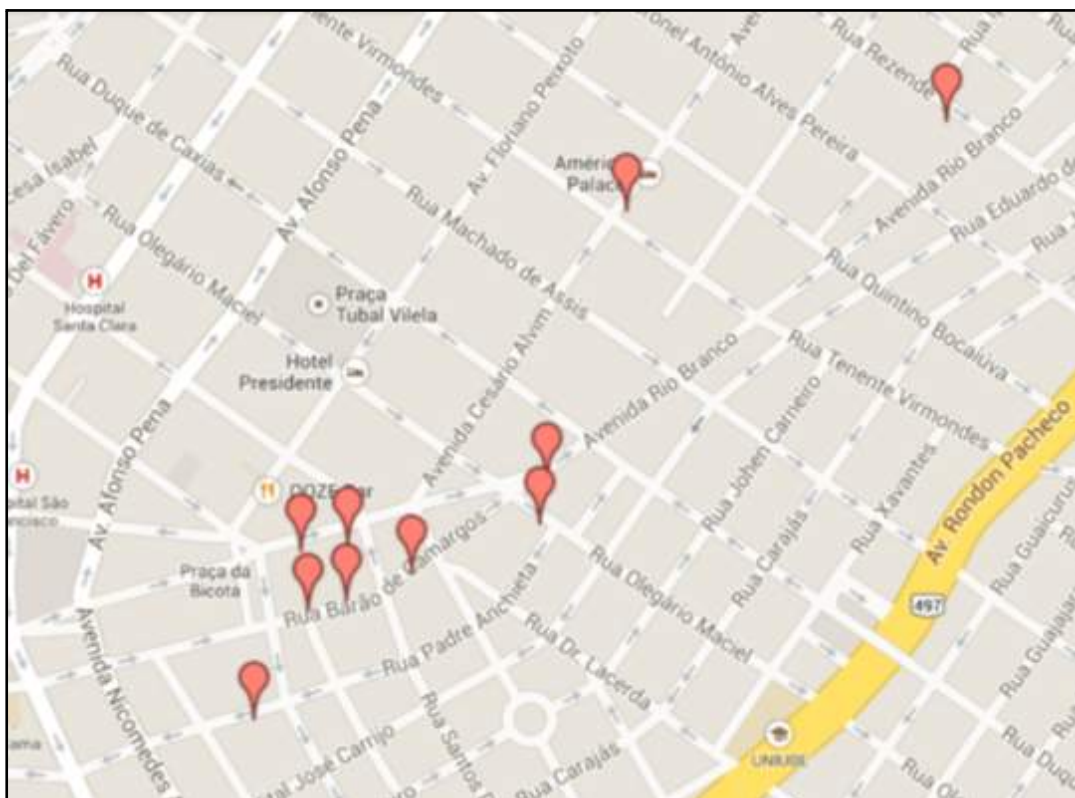
O quarto eixo seria aquele localizado no perímetro compreendido entre as Avenidas Cesário Alvim e Rio Branco por um lado e Rua Goiás e Avenida João Naves de Ávila por outro.

Trata-se da área com maior uso residencial no Bairro Centro, com predominância de residências unifamiliares e de pequenos condomínios residenciais verticais, de três a cinco pavimentos, assim como no eixo anterior. A maioria dessas residências é de padrão médio e foi construída entre as décadas de 1960 e 1980, à exceção da faixa mais próxima à Avenida João Naves de Ávila, que possui casas mais antigas e mais simples.

O setor possui uma área já verticalizada nos quarteirões iniciais da Avenida Cesário Alvim, construída principalmente na década de 1990, mas que não se desenvolveu no resto da avenida; assim como em trechos da Avenida Rio Branco e das Ruas Barão de Camargos e Pedro Bernardo, área com grande potencial para nova fase de verticalização do Centro, retomando o potencial de uso residencial e misto do mesmo, em contraponto às novas zonas de expansão de condomínios residenciais verticais localizados principalmente nos Bairros Santa Mônica, Patrimônio, Umuarama, entre outros.

Potencial este que já se encontra em desenvolvimento, sendo que, durante o levantamento realizado, nos anos de 2010 e 2011 existiam três obras lançadas neste setor, duas em fase de finalização e outra apenas com o lançamento comercial. Entretanto, somente no ano 2012 foram lançados outros três empreendimentos.

Figura 21 – Uberlândia (MG) – Localização dos principais lançamentos de condomínios verticais no Bairro Centro – 2013



Fonte: JESUS, V.L.R, 2013

Dentre os empreendimentos que constam no levantamento, um é o edifício Residencial Caliandras, localizado na Rua Professor Pedro Bernardo, que já se encontra finalizado e conta com 11 andares, tendo quatro apartamentos por andar, com uma planta padrão que oferece três quartos, duas vagas de garagem e aproximadamente 104 m² de área útil. Esta é uma ação da Markenge Engenharia e Construção e está localizada ao lado de outro empreendimento da empresa, concluído em 2008, pioneiro nesta retomada de lançamentos de condomínios residenciais verticais na área. O edifício Solar Lumière possui uma torre de 16 andares, com quatro apartamentos por andar, planta padrão também de três quartos, duas vagas na garagem e aproximadamente 126 m² de área construída.

Figura 22 – Perspectiva do edifício Residencial Caliandras



Fonte: Markenge Engenharia e Construção, 2011.

O outro empreendimento lançado na região é o Condomínio Villandry Residence, localizado na Rua Rio Branco. Conta com 12 andares, sendo quatro apartamentos por andar, com planta padrão de dois quartos, duas vagas na garagem e aproximadamente 75 m² de área útil.

O terceiro, que à época do levantamento encontrava-se em fase de lançamento, e no estágio final de obras no ano de 2013, é um novo modelo de empreendimento, tanto para a região central como para a cidade como um todo. Trata-se do Condomínio Supreme Residence, da Realiza Construtora, localizado na Avenida Cesário Alvim, esquina com a Rua Tenente Virmondês, composto por duas

torres de 21 andares cada e quatro apartamentos por andar. Uma delas possui apartamentos de três e quatro quartos e a outra, apartamentos de dois e um quarto, buscando atender a um público diverso, tanto no que se refere ao valor da propriedade, quanto ao perfil familiar.

Também se diferencia por oferecer uma série de facilidades, raramente encontradas nos condomínios do bairro e mesmo nos lançamentos da cidade como um todo, tais como: piscina com deck molhado e bangalôs, spa com sauna, home office, espaço gourmet com churrasqueira e forno de pizza, salão de festas, espaço kids e academia de ginástica/fitness. Os apartamentos de quatro quartos possuem 220 m²; os de três, 110 m²; os de dois quartos, 63 m²; e os de um quarto, 47 m²; sendo duas vagas de garagem para os de um e dois quartos, quatro vagas para os de três quartos e seis vagas para os de quatro quartos.

É interessante observar que a estratégia da construtora em lançar um mix variado de plantas permite tanto a venda mais rápida de unidades mais baratas, viabilizando o empreendimento, quanto a adequação à legislação de uso e ocupação do solo, já que é difícil adquirir lotes na área central e o uso de torres com dimensões variadas permite o aproveitamento máximo do potencial construtivo do lote, de acordo com a legislação vigente.

Os lançamentos de 2012 estão todos concentrados na Rua Barão de Camargos, sendo o primeiro também da Markenge Engenharia e Construção, que constrói seu terceiro edifício na mesma quadra num prazo de cinco anos. Trata-se do edifício Residencial Horizontes, empreendimento de 17 andares, com quatro apartamentos por andar, três quartos e duas vagas de garagem, sendo as unidades da frente com área útil de 103 m² e as do fundo com área útil de 78 m².

Figura 23 – Folder promocional do empreendimento Supreme Residence



Fonte: Realiza Construtora, 2010.

Os outros dois lançamentos são de uma mesma empresa, a Conel Construtora, sendo o primeiro o Gran Plaza Residence, empreendimento de 18 pavimentos com sete unidades por andar, variando entre apartamentos de um e dois quartos, com uma vaga de garagem para apartamentos de um quarto e duas para os de dois quartos e área útil entre 45 m² e 73 m², com seis modelos de plantas distintos.

O outro empreendimento, localizado a pouco mais de 100 metros do primeiro, é o Barão 177, empreendimento de 14 andares com quatro apartamentos por andar, dois quartos e opção de uma ou duas vagas de garagem e área útil entre 69 m² e 77 m², com cinco opções de planta e ainda coberturas duplex com três quartos e três vagas de garagem, com área útil entre 138 m² e 145 m².

Figura 24 – Perspectiva do edifício Residencial Horizontes



Fonte: Markenge Engenharia e Construção, 2011.

Algumas das características em comum desses empreendimentos é a forma como são realizados. Diferentemente do modelo adotado nos bairros citados anteriormente, como Santa Mônica, Patrimônio e Umuarama, onde os empreendedores compram terrenos e vão construindo nos grandes espaços vazios gerados pelo processo de ocupação urbana de Uberlândia, aqui são negociadas as compras de antigas residências, lote a lote, com o objetivo de conseguir uma área que permita a construção de grandes torres, a maioria acima de 15 andares, aproveitando o máximo potencial construtivo da região, que é o maior de Uberlândia - modelo este comum em qualquer metrópole do Brasil, quer seja nas áreas centrais ou periféricas.

O processo ocorre justamente nesse setor do Bairro Centro por ser uma área ainda com predominância de uso residencial, assim, o valor das residências é menor que no núcleo central do bairro, cujo valor se dá basicamente pelo uso comercial ou de serviços.

Quanto à tipologia dos apartamentos, notamos a diversidade, muitas vezes no próprio empreendimento, englobando tanto unidades de quatro quartos como de um quarto, buscando atrair uma gama variada de moradores, quer seja aqueles com família formada, quanto jovens e recém-casados em busca de seu primeiro imóvel; estratégia esta adotada já na década de 90, mas em diferentes edifícios, e que agora aparece em um único empreendimento.

Outra característica dos novos lançamentos é o número de vagas de estacionamento por apartamento, em geral pelo menos duas, às vezes até mesmo em unidades com apenas um quarto, à exceção dos lançamentos da Conel Construtora na Rua Barão de Camargos, que oferecem apenas uma vaga para algumas tipologias de apartamentos.

Curiosamente, a oferta excessiva de vagas nos empreendimentos gera um paradoxo: se por um lado é uma necessidade do mercado ofertar mais vagas nesses lançamentos para diferenciá-los dos demais, por outro demonstra que, embora estejam localizados no Bairro Centro, dotado de grande e variada oferta de atividade comercial e de serviços, acessível sem a utilização de veículos pelos residentes do bairro por ser um território pequeno, o processo de polinucleamento da cidade tem reduzido a importância do núcleo central como eixo essencial da vida cotidiana das pessoas, em especial no que se refere ao comércio, uma vez que os *shopping centers* passaram a ser o ponto de referência para consumo na cidade,

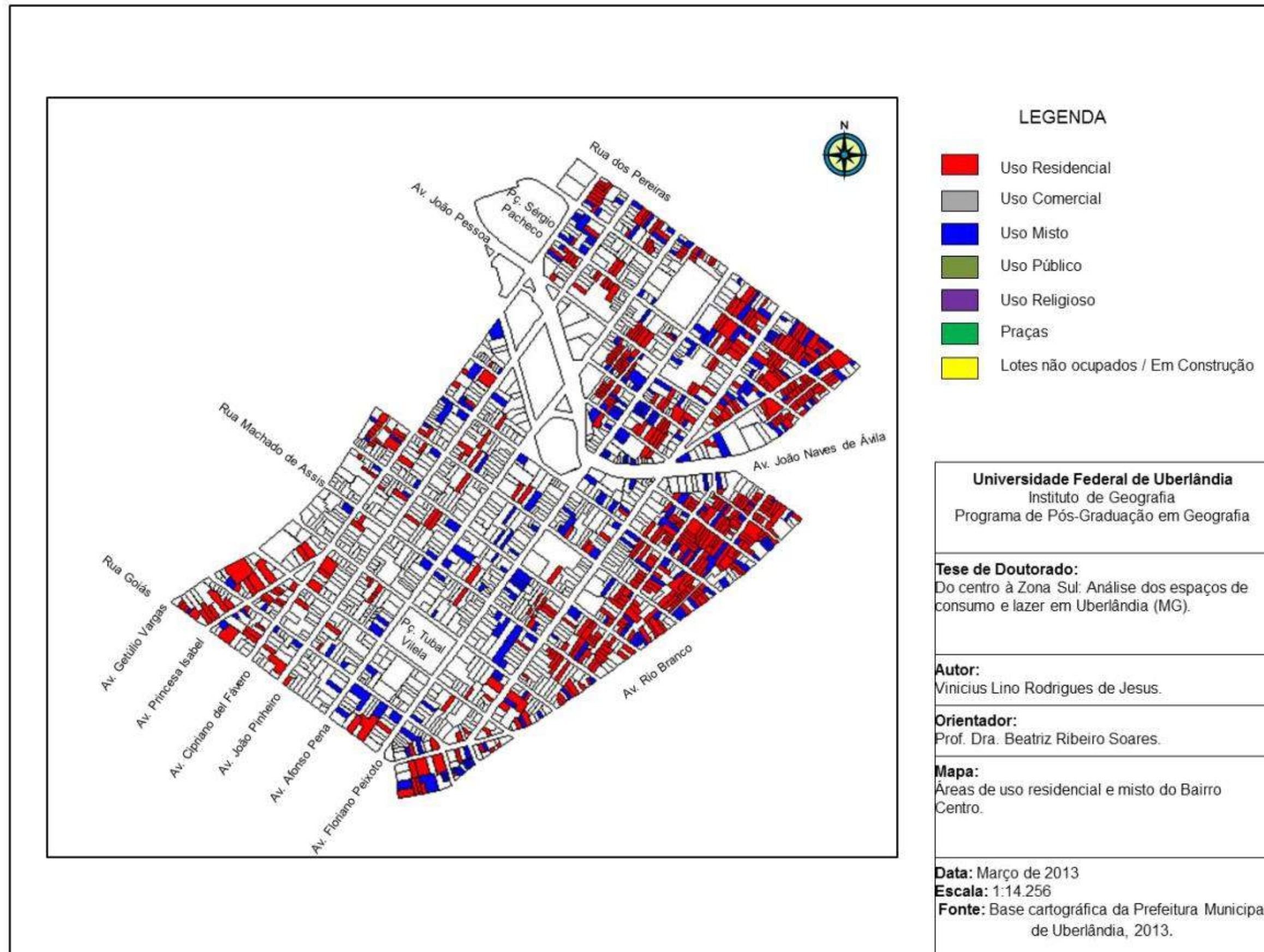
pelo menos para o público-alvo desses empreendimentos. Para Araújo Sobrinho (1998, p.174):

O polinucleamento torna o espaço urbano mais complexo, com vários núcleos secundários de atividades. Porém, o seu significado é muito mais amplo. Para o consumidor, o aparecimento de vários núcleos secundários de atividades comerciais gera maiores gastos com transporte e tempo de deslocamento, induzindo a um maior consumo, o que é de interesse do capital produtivo e comercial.

Embora o *boom* de lançamentos de condomínios residenciais verticais seja um movimento recente, verificaremos mais adiante no trabalho sua ocorrência também no Bairro Lídice, que faz limite com este setor do Bairro Centro, embora com características um pouco diferentes, que serão mais bem detalhadas no próximo capítulo. Desta forma, é preciso observar se esse movimento continuará nos próximos anos para confirmar se o bairro está realmente passando por um novo processo de verticalização.

A variedade de usos residenciais, associados ao perfil demográfico da população residente, apresentado anteriormente, é um indicativo da diversidade de moradores do bairro, fator este que deve ser levado em conta na elaboração de planos e programas de intervenções no local, uma vez que muitos dos planos preparados em diversas cidades para a readequação de suas áreas centrais tinham como premissa a falta de uso residencial ou uma homogeneidade de uso, como por exemplo, população idosa, grupos de imigrantes, população marginalizada etc., fatores que não ocorrem no centro de Uberlândia.

Mapa 09 – Uberlândia (MG) – Áreas com uso residencial e misto do solo no Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Quando analisamos o Bairro Centro em relação ao uso do solo destinado à função pública, de associações da sociedade civil e/ou de entidades de interesse público e social, a principal característica é a presença pouco significativa do Poder Público Municipal, função típica dos núcleos centrais, conforme apontado por Horwood e Boyce (1959), que caracterizam o Centro como a área de decisões, na qual estão localizados os escritórios centrais, as sedes de empresas e instituições governamentais; ou Castells (2000), que afirma que a emergência do Centro está vinculada ao estabelecimento dos pontos fortes dos aparelhos de Estado, como as prefeituras, ministérios, órgãos econômicos e aparelhos ideológicos.

No caso de Uberlândia, o Poder Público Municipal originalmente se situava no Palácio dos Leões, construção de arquitetura eclética inaugurada em 1917 na Praça Clarimundo Carneiro, no Bairro Fundinho. Transferiu-se para o setor leste da cidade, com a inauguração do Centro Administrativo Virgílio Galassi no ano de 1993, criando, junto com o Center Shopping e o Campus Santa Mônica da Universidade Federal de Uberlândia, uma nova centralidade no município.

Foto 28 – Uberlândia (MG) – Centro Administrativo Virgílio Galassi – 2013



Fonte: Secretaria de Cultura/Prefeitura Municipal de Uberlândia, 2013.

O impacto da saída do Poder Público Municipal, pelo menos do ponto de vista do fluxo de pessoas e veículos, não acarretou grandes mudanças na dinâmica do Centro, uma vez as estruturas ali instaladas não eram tão significativas,

diferentemente de outras localidades que criaram centros administrativos em zonas periféricas e contavam com uma grande estrutura instalada na área central, deixando ocioso elevado número de edificações e retirando do Centro numerosos consumidores das diversas atividades comerciais e de serviços do entorno das antigas sedes.

Mas o Poder Público Municipal ainda se encontra presente no Bairro Centro por meio de alguns órgãos, tais como: uma unidade da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social e Trabalho, que abriga o Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente e os três Conselhos Tutelares de Uberlândia; uma unidade da Secretaria de Trânsito e Transporte, que abriga a Zona Azul; a Superintendência do Órgão de Proteção ao Consumidor, o PROCON; e a sede administrativa e o centro de reservação do Bairro Centro do DMAE.

Além desses, é importante destacar o Terminal Central de Transporte Público, que é o nó principal no Sistema Integrado de Transporte da cidade. Ao lado do terminal há um estacionamento público destinado ao apoio da frota do transporte municipal, bem como para as especiais, como da viação Expresso Araguari, que oferece um transporte regular para a cidade vizinha, e das vans do sistema de transporte porta a porta.

Também encontramos no bairro o Mercado Municipal de Uberlândia, inaugurado em 1944, inicialmente como centro de comércio atacadista hortifrutigranjeiro e que depois, em 1977, com a inauguração do Centro de Abastecimento Regional do Triângulo, passa a operar apenas com o comércio varejista. Com edificação de inspiração *art deco*, é um bem tombado pelo Patrimônio Histórico Municipal desde 2002, tendo passado por alguns processos de expansão e restauração, sendo a última restauração realizada no ano de 2009, com a

incorporação de dois espaços culturais no interior de suas dependências, uma galeria de arte e um teatro de bolso, com capacidade para até 100 pessoas. Atualmente é palco de eventos culturais diversos e abriga um *mix* de lojas tradicionais com produtos regionais e novas lojas de produtos *gourmet*, voltados tanto para a população local como para o turismo da cidade.

O setor público estadual também mantém uma pequena estrutura no Bairro Centro, dentre os quais destacamos duas importantes escolas estaduais: a escola Bueno Brandão e a Coronel José Teófilo Carneiro; a Secretaria Estadual da Fazenda, que abriga a Receita Estadual; o escritório do Sistema Estadual do Meio Ambiente e Recursos Hídricos; a Junta Comercial de Minas Gerais; a agência de atendimento da CEMIG; e a uma unidade do UAI, que concentra serviços de diversos departamentos do Poder Público Estaduall.

Também presente no bairro, embora de forma bastante reduzida, o Poder Público Federal é representado por: uma unidade de atendimento do SEBRAE; uma unidade da UFU, que abriga a Diretoria de Assuntos Estudantis e a Central de Línguas; e uma unidade da Procuradoria Seccional da Fazenda Nacional.

Encontramos também diversas associações de interesse público, tais como sindicatos e associações de funcionários públicos e entidades de classes patronais, sedes de partidos políticos, sede da seccional de Uberlândia da Câmara de Comércio Americana – AMCHAM, o Centro de Solidariedade e Apoio ao Trabalhador – CSAT afiliado à força sindical, e uma unidade da Instituição Cristã de Assistência Social de Uberlândia – ICASU, voltada à capacitação de jovens para o mercado de trabalho.

Entretanto é a presença de outras duas categorias de serviços públicos e de utilidade pública que geram maior impacto na dinâmica do Bairro Centro: os cartórios e o Poder Judiciário Estadual.

Quanto aos cartórios, encontram-se nos limites do bairro os 1º e 2º Cartórios de Ofício de Notas; os 1º e 2º Cartórios de Registro de Imóveis; o Cartório de Registro de Títulos e Documentos de Pessoas Jurídicas e o Tabelionato de Protesto. Os demais cartórios, ainda que localizados fora dos limites do Centro, encontram-se nos bairros limítrofes.

Por serem um serviço de uso obrigatório de todos os cidadãos, geram grande fluxo diário de pessoas nas suas dependências e conseqüentemente possuem grande influência nas atividades que se desenvolvem no seu entorno. Dentre as mais comuns podemos citar a presença de despachantes, escritórios de advocacia, serviços de alimentos e bebidas, serviços de fotocópias, entre outros.

Em relação ao Poder Judiciário, além do Fórum da Justiça Estadual com todos os órgãos que nele atuam, encontramos ainda no bairro a Defensoria Pública, o Juizado Especial e a Vara da Fazenda Pública e Autarquias. A presença desses serviços, como no caso dos cartórios, também influencia as atividades comerciais em seu entorno, exemplos: escritórios de advocacia, serviços de fotocópias, estacionamentos e serviços de alimentos e bebidas.

Todavia, todo esse conjunto de serviços do Poder Judiciário Estadual será transferido em breve para a nova sede localizada junto à Avenida Rondon Pacheco, próximo às sedes atuais do Tribunal Federal de Justiça e Tribunal de Justiça do Trabalho, criando assim uma nova centralidade no setor leste da cidade, relacionada ao Poder Judiciário.

Se a saída do Poder Público Municipal da área central para o Centro Administrativo não gerou um impacto tão grande na dinâmica econômica do centro da cidade, a mudança do Poder Judiciário Estadual poderá ter choques maiores.

Primeiro devido ao grande número de servidores do setor, que deixarão de frequentar o bairro cotidianamente, alterando o fluxo de veículos e pessoas, também no comércio local, que perderá clientes fixos, com bom poder aquisitivo. Segundo, devido à perda dos usuários desses lugares, representados tanto pela população em geral como pelos advogados, despachantes e demais profissionais que, assim como os funcionários, são consumidores do comércio e serviço local.

Também poderá gerar impactos naqueles profissionais liberais e empresas cujo trabalho guarda estreita relação com o setor judiciário e que possuem escritórios na região - embora a realocação desse grupo para pontos mais próximos ao novo polo judiciário que se forma na Avenida Rondon Pacheco não seja tão simples, uma vez que muitos são proprietários dos imóveis onde atuam ou possuem contrato de locação de longo prazo, bem como devido à falta de imóveis comerciais disponíveis nos arredores do novo Fórum da Justiça Estadual. Será necessário acompanhar os impactos que a mudança trará para este setor do bairro.

Antecipando-se aos fatos, uma das principais construtoras em operação no mercado Uberlândia, a EIGlobal Construtora, lançou um empreendimento nas proximidades do novo fórum, o Edifício Neooffice, com 17 andares e 130 salas comerciais com área útil entre 36 m² e 68 m² e pelo menos uma vaga de garagem.

Figura 25 – Campanha de lançamento do empreendimento Neoffice



Fonte: EIGlobal Construtora, 2011.

Para analisar as verdadeiras alterações que a mudança causará na dinâmica econômica e social do Centro, serão necessários alguns anos; alterações estas que podem ser tanto positivas como negativas, dependendo do posto de vista do qual se observa, e das ações que serão adotadas pelo Poder Público Municipal a curto, médio e longo prazos para mitigar os impactos negativos e ao mesmo tempo gerar novas oportunidades de desenvolvimento para a região.

O tema será tratado mais adiante com maior profundidade, mas a título de exemplificação, podemos citar entre os aspectos negativos o impacto imediato no comércio de alimentação no entorno do local e, como aspecto positivo, uma redução do fluxo de veículos e aumento da oferta de vagas nos estacionamentos privados do entorno da região.

Todavia é importante destacar que o tema tem gerado algum debate junto à atual gestão pública municipal, a qual tem o interesse de utilizar o edifício do atual Fórum da Justiça Estadual, elemento bastante significativo tanto na paisagem

urbana da cidade como na memória coletiva das pessoas, e transformá-lo em um novo espaço cultural, conforme apontado em entrevista do Secretário Municipal de Cultura, senhor Gilberto Neves, em entrevista ao Jornal Correio de Uberlândia em janeiro de 2013:

Vamos procurar a Justiça Estadual e fazer um pedido de doação do espaço do Fórum que, em breve, vai ganhar nova estrutura. Ali daria para fazermos três coisas: uma nova biblioteca, o arquivo público e um espaço cultural para outras atividades. Como é do lado do Terminal Central, as pessoas teriam ali como uma referência de entretenimento, arte e cultura. Se conseguirmos, vai ser um ganho extraordinário (JORNAL CORREIO DE UBERLÂNDIA, Uberlândia, 06 jan. 2013).

Proposta esta que, junto a outra ação em desenvolvimento, que se encontra em análise pela UFU, de transformar sua unidade central em um centro cultural, poderia trazer à região uma nova função relacionada às atividades culturais e toda a cadeia produtiva do setor.

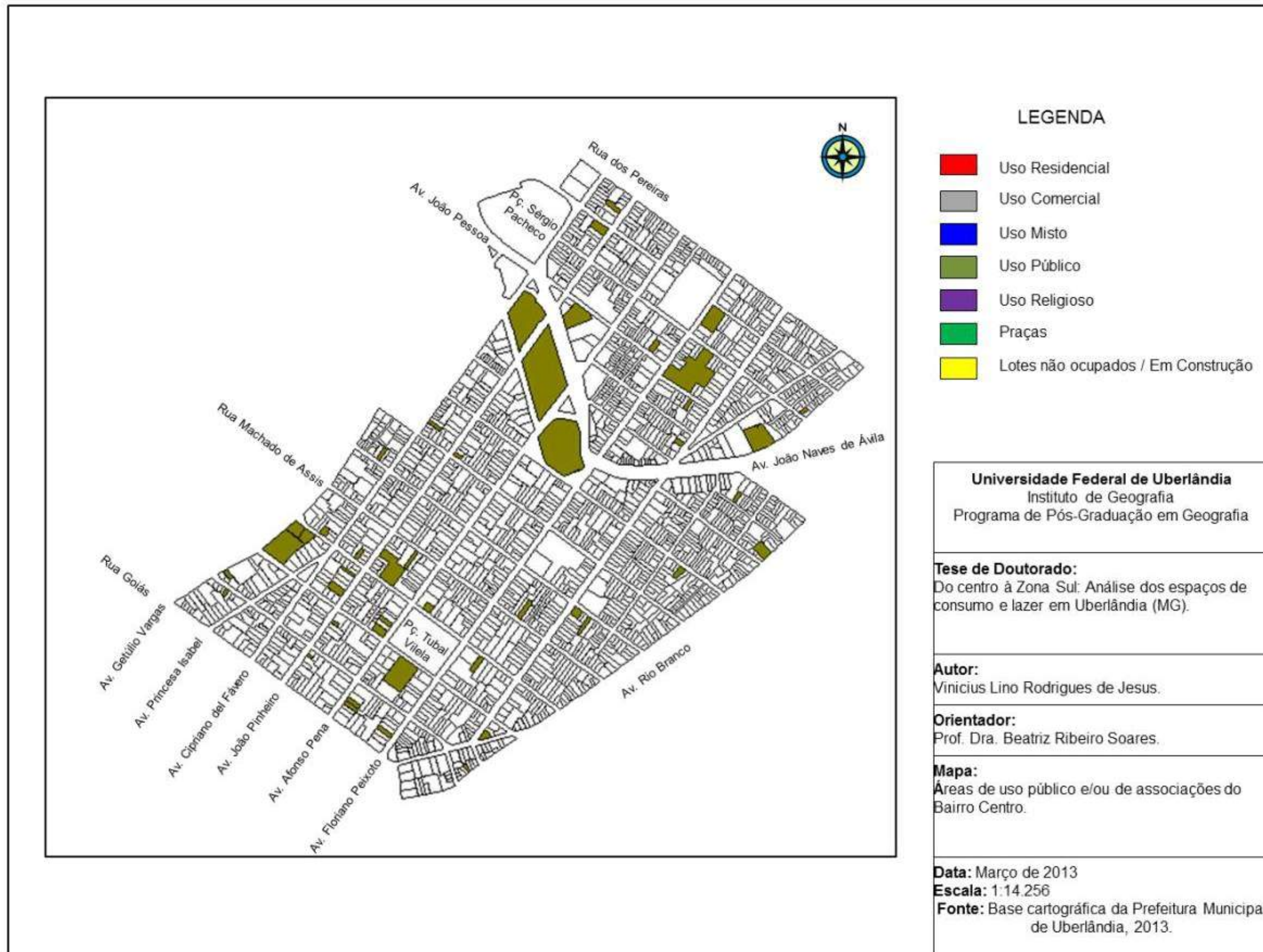
O novo espaço, Rua Duque de Caxias esquina com Av. João Pinheiro (antiga reitoria), pretende atender algumas demandas setoriais já existentes, como o Museu Virtual de Arquitetura, formação de acervo etnográfico, Museu de Rochas e Minerais, criação de um Museu de Imagem e do Som. O objetivo é que o Centro Cultural seja um lugar de cultura, contemplação, memória, leitura, convivência, extensão e entretenimento. Um espaço contemporâneo com várias possibilidades de uso e também um ponto de presença da UFU no centro da cidade. Não há intenção de que seja um espaço de pesquisa acadêmica, *shopping* de museus ou salas de aula. Entre as funções de uso estão também: criar um anexo do Museu Universitário de Arte – MunA, oferecer espaços expositivos, teatro de porte médio, auditórios multiuso, sala de cinema de arte, restaurante, livraria, café, lojas, estúdio de audiovisual e biblioteca (PÁGINA CULTURAL, Uberlândia, 18 mai. 2012).

Ambas as ideias, ainda que em estágios distintos de concepção, a primeira em fase de maturação e a segunda, em planejamento, poderiam ser um importante motor de transformação do Bairro Centro, em especial estimulando a população mais jovem a utilizar a região em busca de uma oferta cultural mais intensa e diversificada, ainda escassa na cidade como um todo.

Embora ainda sejam ideias pontuais e isoladas, que podem vir a ser incorporadas a um projeto mais amplo de intervenção no bairro, a utilização de

atividades culturais como instrumento catalisador em projetos de renovação e revitalização de áreas centrais tem sido adotada por cidades de todo o mundo nos últimos anos, conforme apontado no capítulo anterior, no exemplo da cidade de São Paulo.

Mapa 10 – Uberlândia (MG) – Áreas com uso público do solo no Bairro Centro – 2011



Fonte: Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

No que se refere ao uso do solo destinado ao uso religioso, observamos que o Bairro Centro possui grande importância para diferentes religiões. A principal característica em relação a esse segmento é justamente a diversidade de igrejas ou templos presentes no local. Durante o levantamento encontramos as seguintes:

- Igreja Cristã Novo Tempo;
- Igreja Messiânica Mundial do Brasil;
- Catedral de Santa Terezinha;
- Ministério Mundial da Conquista;
- Centro Espírita;
- Igreja Mundial do Poder de Deus;
- Igreja Católica Apostólica Brasileira;
- Igreja Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias;
- Igreja Cristã Palavra da Vida;
- Igreja Internacional da Graça de Deus;
- Igreja Universal do Reino de Deus;
- Igreja Presbiteriana Central.

Para além da importância que cada igreja possui para seus respectivos fiéis, a presença delas no Bairro Centro, representadas em sua maioria por suas sedes no município - já que muitas possuem outras espalhadas por diversos bairros da cidade - agrega forte valor simbólico, representando um ponto de encontro e reflexão para aqueles que as frequentam.

Podemos citar outros fatores, além do exclusivamente religioso, que a presença das igrejas produz na dinâmica do funcionamento do Bairro Centro. Poderíamos destacar a geração de um fluxo de pessoas fora do horário comercial, já que muitos cultos são realizados no período noturno e nos finais de semana,

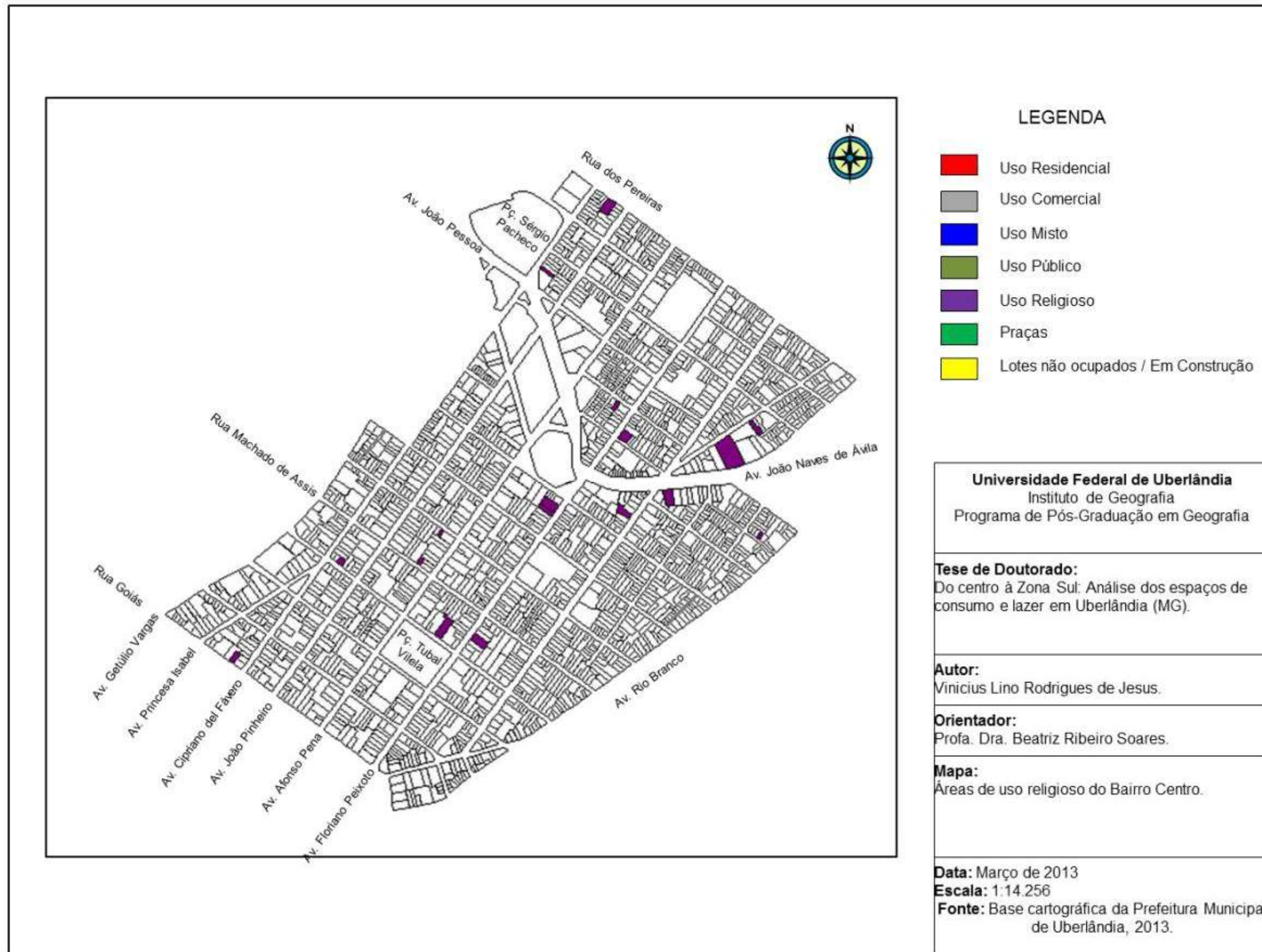
trazendo tanto a ocupação do espaço, em oposição à ideia de que o Centro encontra-se abandonado fora do horário comercial, como a movimentação de um comércio e serviços voltados a atender tais frequentadores, como estacionamento, lanchonetes, livrarias especializadas, entre outros.

Também vale citar a importância das igrejas no mercado imobiliário local, uma vez que ocupam grandes espaços e muitas possuem interesse tanto em locar como em comprar espaços disponíveis para abertura de novos templos ou mesmo expansão dos existentes. Desta forma, poderíamos dizer que fazem concorrência com demais operadores de comércio e serviço que tenham interesse em instalar-se no bairro, sendo possível inclusive influenciarem o valor médio do metro quadrado do imóvel.

Observando o mapa do levantamento do uso do solo de uso religioso, percebemos que há concentração e, conseqüentemente, maior pressão imobiliária, desses estabelecimentos - em especial das igrejas evangélicas - no entorno do conjunto formado pela Avenida João Naves de Ávila/Fórum/Terminal Central.

Pressão esta que é fortalecida por uma série de outros fatores, tais como: a disponibilidade de terrenos de dimensões maiores na região; a existência do corredor de ônibus da Avenida João Naves de Ávila e do Terminal Central, facilitando a mobilidade dos fiéis que moram em sua maioria na periferia da cidade; e o valor do metro quadrado tanto para a locação como para a venda dos imóveis localizados no setor, que ainda não possuem a mesma atratividade comercial de outras seções do bairro.

Mapa 11 – Uberlândia (MG) – Áreas com uso religioso do solo no Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Em relação à análise do uso e ocupação do solo referente aos lotes não ocupados, áreas abandonadas e/ou obras em construção, verificamos que o Bairro Centro é uma área bastante consolidada, com poucas áreas livres disponíveis e, pelo menos no período do levantamento, com pequeno número de obras em construção.

Quanto a estas últimas, destacam-se as apontadas anteriormente: as que eram residências unifamiliares e foram incorporadas com o objetivo de produção de condomínios residenciais verticais, e as resultantes da alteração de antigas residências ou mesmo comerciais para adequação a novos usos comerciais.

No que se refere às áreas abandonadas, destacamos dois conjuntos: primeiro os lotes com antigos galpões localizados junto à Praça Sérgio Pacheco, que são herança do período que a ferrovia cruzava a cidade e, após anos sem uso, no final de 2013 foram demolidos para o desenvolvimento de um novo empreendimento comercial.

O segundo conjunto são os prédios abandonados durante a fase de construção, normalmente em função da falência da construtora ou por problemas judiciais de um construtor individual, cujo maior exemplo em Uberlândia são os edifícios residenciais abandonados devido ao colapso da construtora Encol em meados da década de 1990.

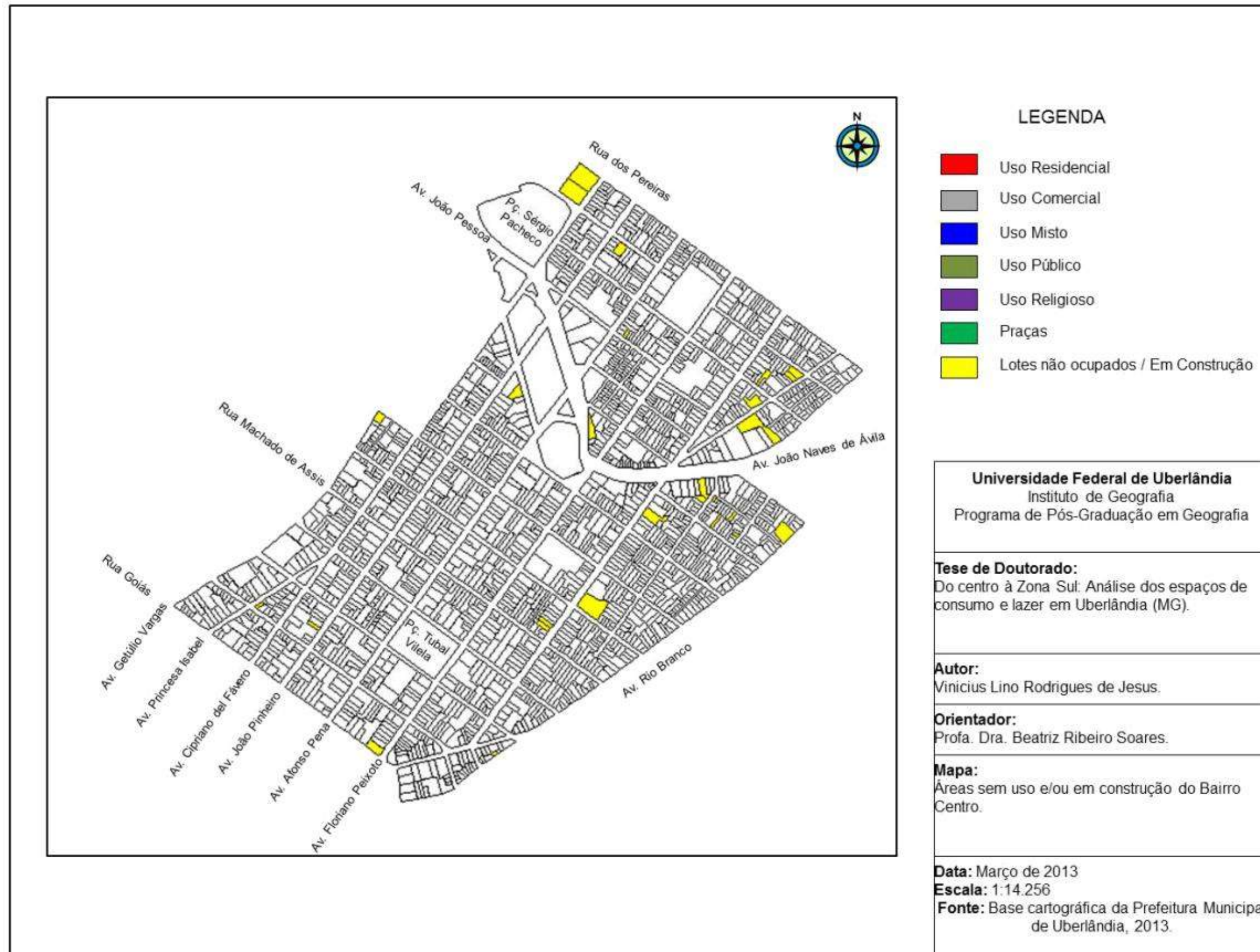
Atualmente esses edifícios se encontram sem nenhum uso, no aguardo de decisões judiciais. Dentre eles podemos destacar um empreendimento no coração da cidade, na Avenida Floriano Peixoto esquina com a Rua Goiás; um edifício concebido como hotel na Avenida Cesário Alvim e outro edifício residencial na Rua Agenor Paes.

Por fim, embora escassos, existem ainda alguns lotes não ocupados no bairro, a maioria localizada no entorno da Avenida João Naves de Ávila, abaixo da Avenida Cesário Alvim, com grandes dimensões para o padrão do bairro e passíveis de incorporação por qualquer um dos agentes predominantes: agentes imobiliários, comerciantes, igrejas etc.

No levantamento não se consideram aqueles lotes utilizados atualmente como estacionamento, cuja maioria se encaixaria no conceito de lote não ocupado, tendo sido avaliados como uso comercial. Entretanto, são áreas passíveis de incorporação por diversos agentes que operam no Centro, bem como para a construção de edifícios-garagem²¹.

²¹ O artigo 44 do Capítulo VI da Lei complementar 525/2011, que dispõe do zoneamento e uso e ocupação do solo do município de Uberlândia, trata da implantação de edifícios-garagem e estacionamentos públicos e privados na Área de Diretriz Especial Urbana I, que compreende o Bairro Centro.

Mapa 12 – Uberlândia (MG) – Áreas com lotes não ocupados, abandonados e/ou obras em construção no Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Em relação ao uso do solo destinado ao comércio e aos serviços, verificamos que este é o uso predominante do bairro, o que demonstra a importância do mesmo para a cidade e reforça seu caráter simbólico e real de centro principal. Em relação ao papel dos centros tradicionais na cidade, Villaça (2001, p. 246), ainda que relativo às grandes metrópoles, aponta:

Os centros tradicionais de nossas metrópoles, apesar de suas notórias “decadências”, continuam sendo os focos irradiadores da organização espacial urbana. Continuam sendo a maior concentração de lojas, escritórios e serviços – e também de empregos – de nossas áreas metropolitanas. Atendem a mais população do que qualquer outro centro das metrópoles, uma vez que atraem um maior número de viagens.

De forma geral, já que o uso comercial e de serviços do Bairro Centro será tratado detalhadamente na segunda parte deste capítulo, percebemos que há maior concentração de atividades comerciais no perímetro compreendido entre as Avenidas Cesário Alvim e João Pinheiro, tanto nas próprias avenidas como nas ruas que as cruzam, embora esse agrupamento aumente nas quadras localizadas entre as Avenidas Afonso Pena e Floriano Peixoto, que compõem o principal corredor comercial da área central da cidade.

Há uma variedade muito grande de tipos de estabelecimentos, desde grandes magazines que operam em todo o território nacional, a serviços artesanais realizados por sapateiros e chaveiros. Do ponto de vista da forma que se dá a ocupação, varia muito de quadra a quadra, uma vez que, diferentemente de bairros mais novos e planejados, os lotes variam muito de tamanho, ocasionando a falta de padrão na tipologia das construções. Além disso, a ocupação se deu de forma sucessiva a partir da abertura do bairro e transferência do eixo da vida da cidade do Bairro Fundinho para o Bairro Centro, com os imóveis sendo construídos, destruídos, reformados, readequados constantemente, com o passar dos anos.

Encontramos no bairro os mais variados tipos de edificações, desde antigas residências de um ou dois pavimentos que foram adaptadas ao comércio a galpões, lojas no térreo de condomínios verticais, edifícios construídos sob encomenda para determinadas empresas e condomínios comerciais verticais.

Porém, uma das principais características da ocupação dos imóveis comerciais no Bairro Centro é a otimização do espaço, pois a localização privilegiada associada à escassez de imóveis disponíveis determina o alto valor do metro quadrado. Desta forma, boa parte dos imóveis foi subdividida em mais de uma sala comercial, abrigando mais de um empreendimento.

Se por um lado, a estratégia pode favorecer o proprietário do imóvel por permitir a cobrança de um valor maior pela locação de diversas salas; por outro, contratos distintos e diversos podem dificultar mudança mais profunda tanto nas características do imóvel quanto na sua própria reintegração como um todo para dar-lhe outro uso.

Isso sem contar os casos em que parte do imóvel é vendida, parte é alugada, sublocada ou de propriedade de diversos sócios, situações ainda mais complicadas, que acabam gerando certo “engessamento” das edificações do bairro, criando dificuldades para a modernização da atividade comercial da área central. Todavia, esse tema será tratado com maior detalhe mais adiante, ao analisarmos os principais entraves para a modernização das estruturas do Centro.

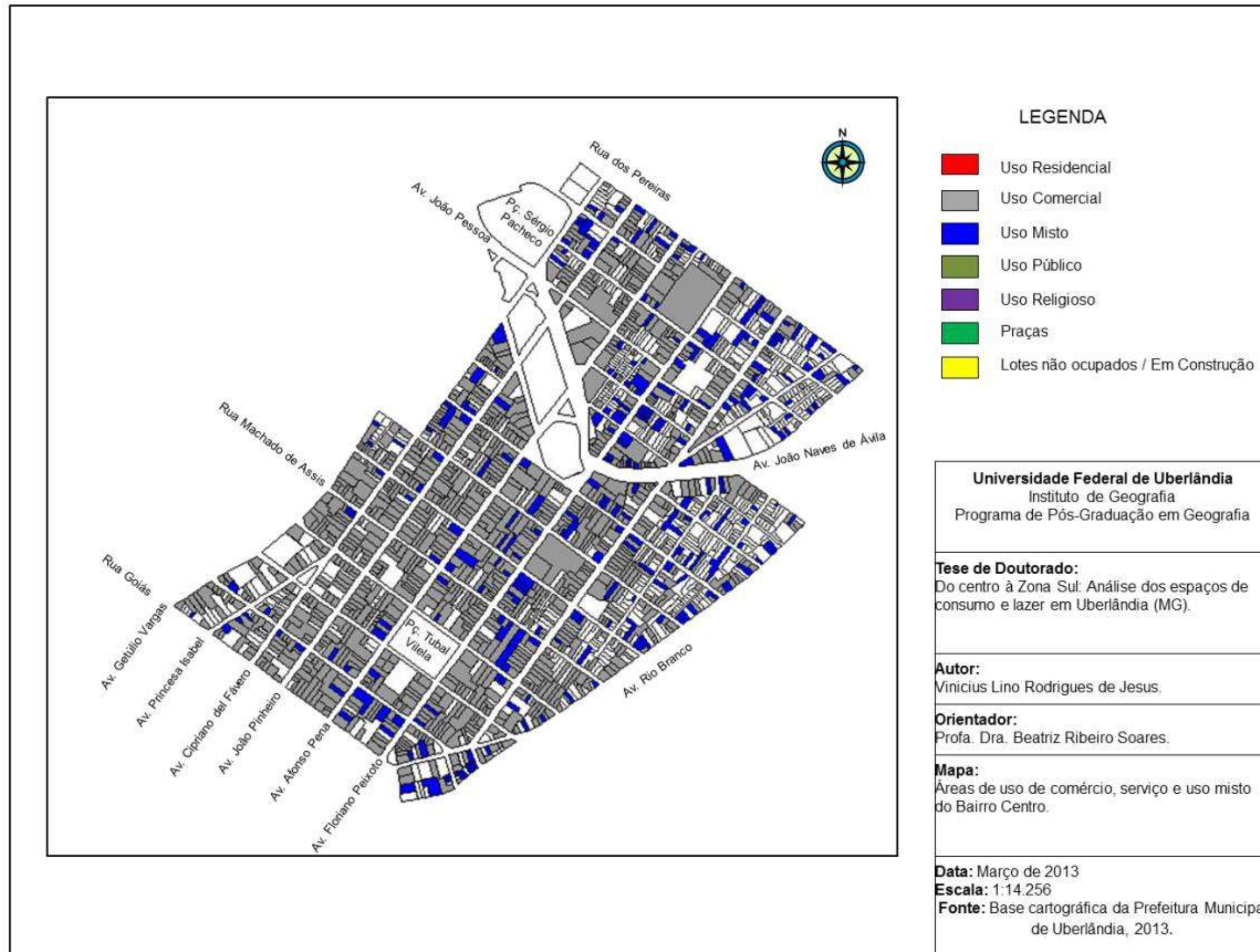
A área localizada fora do quadrilátero principal é ocupada principalmente pelas atividades de serviços, com uma concentração de atividades daqueles da área de saúde no trecho entre as Avenidas João Pinheiro e Getúlio Vargas e serviços diversos nos outros setores, mas é possível identificar algumas regiões com agrupamento de determinadas tipologias específicas de serviços.

Embora exista uma diversidade na forma de ocupação dos imóveis pelas atividades de serviços, boa parte aproveita a estrutura de antigas moradias residenciais e a adapta para sua necessidade. É comum o compartilhamento de determinado imóvel por mais de uma empresa.

Também encontramos número significativo de lotes com uso misto, ou seja, de comércio e/ou serviço com uso residencial. Esse uso ocorre em diversas situações: quando os condomínios residenciais verticais utilizam o piso térreo como área de locação para uso comercial ou de serviços, bastante comum nos edifícios de grande porte mais antigos do bairro ou em edifícios de pequeno porte, até quatro pavimentos incluindo o térreo; quando se utiliza algum cômodo na frente de um imóvel residencial unifamiliar, ou o piso térreo no caso de sobrado, para uso comercial ou de serviço, porém não se abandona o uso residencial; e no caso vilas ou colônias horizontais, com exercício de atividades comerciais informais em seu interior.

Nas áreas predominantemente residenciais verificamos que a maioria das edificações mistas são aquelas que se encontram nas esquinas das quadras, tradicionalmente mais favoráveis ao uso comercial.

Mapa 13 – Uberlândia (MG) – Áreas com uso comercial e misto do solo no Bairro Centro – 2011



Fonte: Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

3.5. ANÁLISE DA DINÂMICA COMERCIAL DO BAIRRO CENTRO

Conforme apresentado anteriormente, embora o uso comercial esteja disperso por todos os setores do bairro, verificamos que há forte concentração do uso para o comércio em toda a extensão das Avenidas Floriano Peixoto e Afonso Pena, enquanto nas avenidas paralelas a estas, João Pinheiro e Cesário Alvim, verificamos um equilíbrio entre o uso comercial e de serviços; e nas demais avenidas, mais próximas ao limite dos bairros adjacentes, denominado Zona Periférica Central, a predominância do uso de serviços.

Observamos também grande número de lotes com uso misto, principalmente nas ruas que cortam os trechos compreendidos entre as Avenidas João Pinheiro e Cesário Alvim, e uma predominância de imóveis sem uso ou aqueles que não foi possível identificar, nas extremidades do bairro.

Imóveis sem uso são todos aqueles unifamiliares que estão para locação, à venda ou apenas fechados. No trabalho foi adotado o critério de que, uma vez abandonado o uso residencial original do imóvel localizado no Bairro Centro, quando ofertado novamente no mercado imobiliário, vem na categoria comercial, embora se admita o uso residencial em alguns casos, mas seu valor no mercado é o comercial.

Aqueles não identificados são imóveis que possuem uso comercial, mas não têm identificação na parte exterior da propriedade e tampouco estão listados no Guia Sei, tratando-se em geral de escritórios, depósitos, representações etc.

Este *mix* de usos aponta para a diversidade e complexidade das atividades econômicas que fazem parte da dinâmica atual do bairro. A imagem do centro está fortemente associada ao comércio, em especial no caso de Uberlândia, cujo primeiro *shopping center* surge apenas em 1987 e essa modalidade de comércio se

consolida como centro de compras alternativo ao centro tradicional somente a partir dos anos 1990, com a inauguração do segundo *shopping*, o Center Shopping.

O deslocamento do eixo de comércio da área central para novas centralidades inicia a partir da expansão da cidade e da busca de novos mercados consumidores por parte dos empreendedores. Ele ocorre tanto em função de uma saturação do espaço físico nas áreas centrais como decorrente de questões que surgem com o crescimento da cidade, como: problemas de segurança, dificuldade de estacionamento de veículos e da mobilidade em geral, obsolescência do espaço comercial e aumento do valor do solo.

O processo de descentralização originou novas formas espaciais, como os subcentros comerciais espontâneos ou planejados, os eixos comerciais e as áreas especializadas. Essa mudança provoca uma redefinição da área central, que passa a dividir as atividades comerciais com as novas centralidades (RIBEIRO FILHO, 2004).

O surgimento dos subcentros é uma consequência natural da expansão da cidade e do processo de acumulação do capital, principalmente da renda fundiária, uma vez que a criação de novas centralidades gera o aumento da renda do solo e conseqüentemente aumentam as taxas de retorno de investimento. Para Villaça (2001, p. 293) o subcentro:

Consiste, portanto, numa réplica em tamanho menor do centro principal, com o qual concorre em parte sem, entretanto, a ele se igualar. Atende aos mesmos requisitos de otimização de acesso apresentados anteriormente para o centro principal. A diferença é que o subcentro apresenta tais requisitos apenas para uma parte da cidade, e o centro principal cumpre-os para toda a cidade.

A consolidação das novas centralidades, em especial dos subcentros espontâneos, aqueles que surgem junto a um bairro ou um conjunto deles e buscam replicar em menor escala as atividades comerciais e de serviços ofertadas

anteriormente apenas no centro principal, pode transformar a dinâmica da área central de diversas formas. De acordo com Spósito (2001, p. 236):

O aumento do número de áreas centrais produz duas dinâmicas econômico-territoriais correlatas entre si: a da descentralização territorial dos estabelecimentos comerciais e de serviços e a recentralização dessas atividades. Essas dinâmicas ocorrem através de iniciativas de duas ordens, que se dão simultaneamente: a de surgimento de novas atividades e estabelecimentos comerciais e de serviços fora do centro principal e a realocação, em novos centros, de atividades e estabelecimentos que antes estavam restritos ao centro principal.

Quando as atividades das novas centralidades são similares àquelas ofertadas anteriormente apenas no centro, como ocorre nos subcentros espontâneos, que podemos classificar também como ruas comerciais de bairro ou ruas comerciais de vizinhança, os impactos na dinâmica econômica do centro não são tão fortes, uma vez que de certa forma essa descentralização acaba reduzindo as pressões de saturação do espaço físico nas áreas centrais e absorvendo o crescimento natural da população.

Entretanto, os subcentros planejados, sejam os grandes centros comerciais projetados, em especial os *shopping centers*, ou setores destinados a absorver determinado tipo de serviço ou setor econômico, como os centros administrativos públicos ou os complexos de escritórios voltados para o setor terciário avançado, geram choques mais significativos na dinâmica econômica do centro principal.

No caso de Uberlândia, como não poderia ser diferente, verificamos o impacto que as novas formas e funções criadas nos últimos anos têm gerado no centro principal. Se antes ele era o local por excelência do comércio e serviços, hoje é possível encontrar uma grande variedade de comércio e serviços em diversas outras regiões da cidade e inclusive, em muitos casos, realizar as compras e serviços que desejar sem sair de casa, por meio do comércio eletrônico.

Se a mudança do setor público municipal no início da década de 1990 não afetou profundamente a dinâmica do centro da cidade, conforme apontado anteriormente, o surgimento dos *shopping centers* Ubershopping e Center Shopping no mesmo período gerou um grande impacto, em especial por trazer à cidade um novo “estilo” de fazer compras e de consumir.

Embora os *shopping centers* já estivessem em operação no Brasil desde meados da década de 1960, apenas as pessoas que frequentavam as principais capitais do país ou o exterior estavam habituadas a esse modelo de empreendimento. No Estado de Minas, o Ubershopping foi o segundo estabelecimento do tipo a ser instalado. Entretanto, devido a problemas diversos, tais como localização e modelo de gestão, encerrou as atividades já na década de 1990, período em que se inaugurava o Center Shopping, o qual seguia os moldes tradicionais dessa modalidade de empreendimento e era descrito por Cleps & Silva (2010, p. 8) como:

O Center Shopping faz parte de um complexo que reúne, além do *shopping*, um hipermercado da rede francesa Carrefour, um hotel e um centro de convenções, sendo, portanto, caracterizado como um *shopping* multiuso. O referido empreendimento, desde sua construção, passou por três fases de expansão, sendo: a primeira em 1997, além da expansão do *shopping* também foi construído um hotel, “Plaza Inn”; a segunda expansão ocorreu no ano 2000, quando aumentou-se o número de lojas e construiu-se o centro de convenções, Center Convention. Assim o Center Shopping tornou-se o Complexo Center Shopping, um dos principais do interior do país; a terceira expansão ocorreu em 2010. A partir da terceira expansão o Center Shopping passou a contar com 287 lojas, sete novas lojas âncoras (dentre elas Centauro, Etna e Riachuelo), o número total de vagas de estacionamento do *shopping* passou a ser 4.100 vagas. Assim, a área total construída do *shopping* é superior a 188 mil m², sendo 54.600 m² de Área Bruta Locável. Com essa expansão, o Center Shopping tornou-se o maior *shopping center* do estado de Minas Gerais.

É interessante observar que o surgimento dos novos centros comerciais não afetou diretamente o centro principal no sentido de transferência dos estabelecimentos comerciais existentes anteriormente. Apesar de alguns terem abandonado o centro, de forma geral o que houve foi a entrada de novos

estabelecimentos que antes não operavam na cidade, de perfil diferente daqueles instalados na zona central.

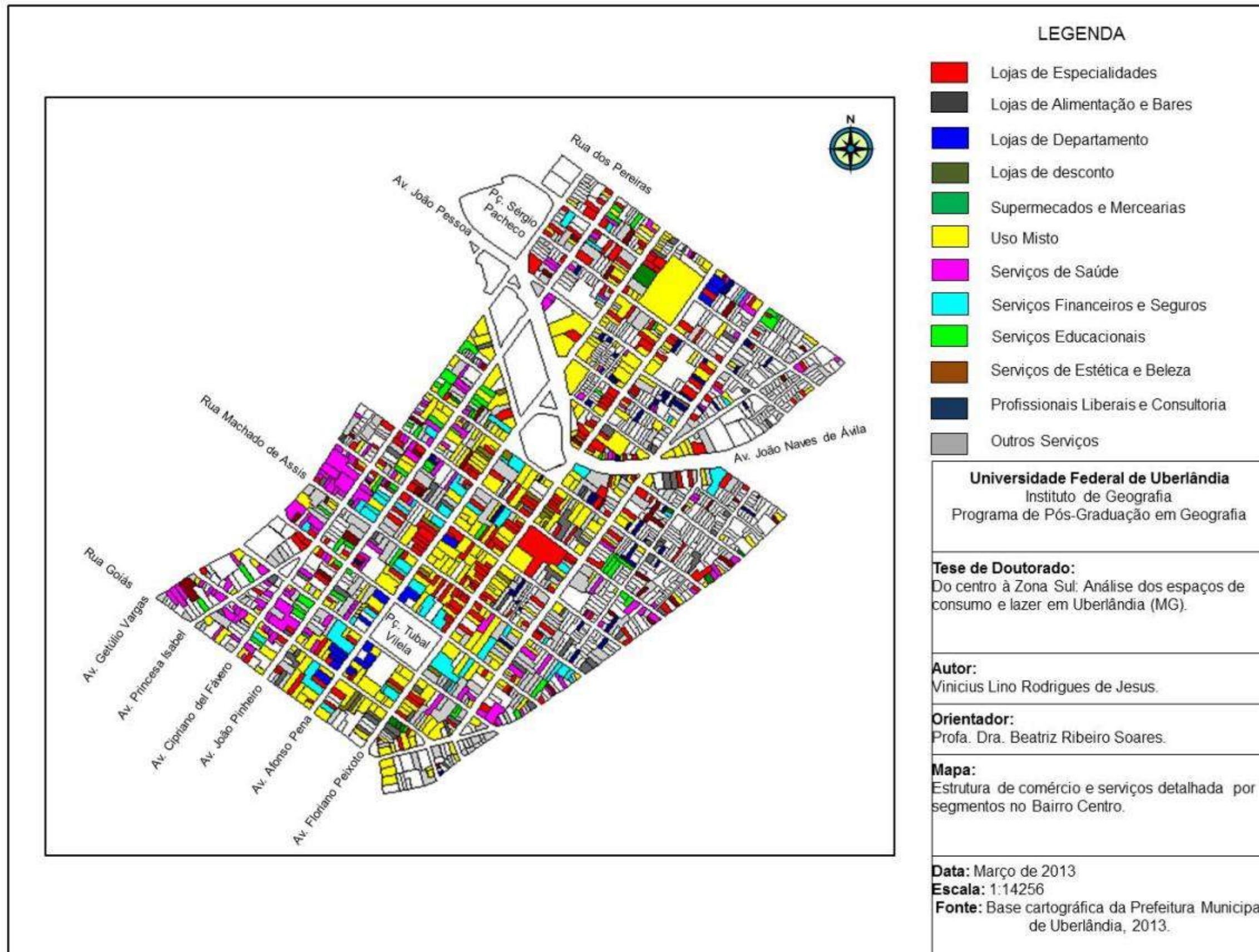
Verifica-se que a oferta de estabelecimentos aumentou e uma parte do público consumidor do centro principal migrou para os *shopping centers*. Embora não tenha abandonado por completo a utilização do núcleo central, certamente reduziu a frequência de consumo nessa região, em especial do setor de vestuário e calçados, cujo *mix* de lojas é predominante nos *shopping centers* na década de 1990.

Por outro lado, concomitantemente ao surgimento de novas centralidades, o Poder Público Municipal reforça a centralidade principal com a instalação do Sistema Integrado de Transporte, que passa a concentrar no Terminal Central todo o fluxo de passageiros do transporte público da cidade. Assim, se parte do público que frequentava o centro troca-o pelas novas formas comerciais que vão surgindo em zonas mais afastadas da área central, outro público que antes não utilizava o centro com tanta frequência passa a frequentá-lo em função do novo sistema de transporte público instalado na cidade.

Portanto, o que se verifica não é um esvaziamento do centro, mas sim uma mudança do perfil do público que o frequenta, que acabará por modificar as formas comerciais instaladas, conforme apresentaremos mais adiante.

Ao observar o uso comercial no Bairro Centro, verificamos que há certo equilíbrio entre o número de lojas de rua e de serviços, com uma clara tendência das lojas de ruas nos lotes localizados entre as Avenidas Floriano Peixoto e Afonso Pena e do segmento de serviços nas bordas do bairro.

Mapa 14 – Uberlândia (MG) - Localização de todos os segmentos comerciais e de serviços no Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Antes de analisar os principais segmentos comerciais existentes no Bairro Centro é importante destacar alguns usos específicos que nos possibilitam melhor compreensão da estrutura e dinâmica do local, entre os quais destacamos:

- estacionamento;
- centros comerciais tipo galerias e conjunto de salas comerciais;
- centros comerciais com comércio informal.

Uma das principais queixas relacionadas à área central de Uberlândia diz respeito à falta de estacionamento na região. O problema está relacionado a uma série de fatores históricos, dos quais podemos destacar a expansão da cidade e a priorização do transporte individual como meio de locomoção. Dados do IBGE apontam que a frota veículos na cidade passou de 161 mil no ano 2001 para 351 mil no ano de 2011, ou seja, em 10 anos a frota mais que duplicou de tamanho, sendo a segunda maior do Estado e com média inferior a um veículo para cada dois habitantes.

Atualmente a oferta de vagas para estacionamento no Bairro Centro se restringe a duas modalidades: as disponíveis na via pública e as de estacionamentos particulares. Em relação à primeira, podemos dividi-la em dois tipos, o primeiro de vagas livres localizadas em todos os setores do bairro e o segundo, de vagas ofertadas por meio do serviço de estacionamento rotativo da Zona Azul²². De acordo com os dados da prefeitura, o sistema corresponde a 1.076 vagas distribuídas em 52 quadras delimitadas pelo quadrante compreendido entre as Avenidas Cesário Alvim e Cipriano del Fávero e entre as Ruas Goiás e Coronel

²² Este serviço funciona no período das 08h00 às 18h00 de segunda a sexta e das 08h00 às 13:00h nos sábados, por meio da venda de talões de estacionamento com validade de uma hora, pelo valor um real, podendo o usuário utilizar o período que desejar desde que se renove o talão a cada fração. Esse programa é uma concessão feita pela prefeitura e até o início do ano de 2013 era operado pela ICASU, mas foi cancelado e atualmente passa por um processo de readequação, conforme apontado pelo secretário municipal de Transporte à imprensa local.

Antônio Alves, além do trecho da Avenida Floriano Peixoto que se estende até a Rua dos Pereiras.

O modelo de Zona Azul hoje de Uberlândia é defasado. Não atende os usuários e também não atende do ponto de vista financeiro. Para se ter uma ideia, a Zona Azul onera a prefeitura em R\$ 2,5 mil por dia. Isso dá um prejuízo anual superior a R\$ 700 mil. Estamos realizando estudos para ter um novo modelo de Zona Azul ainda no primeiro semestre deste ano, amparado pelos princípios da lei e que também possa fornecer a rotatividade que o estacionamento do Centro precisa (CORREIO DE UBERLÂNDIA, Uberlândia, 19 jan, 2013).

Dentre as principais críticas ao sistema antigo podemos citar: o número reduzido de agentes que vendiam o talão, os quais, por não possuírem um ponto fixo, circulavam pelas calçadas de determinado número de ruas, obrigando aquele usuário que tivesse a sorte de encontrar uma vaga, muitas vezes após circular por vários minutos em busca de uma disponível, a caminhar atrás de um vendedor para conseguir o talão; a falta de fiscalização e punição dos usuários que não utilizavam corretamente o sistema; e a falta de um tempo limite para a utilização da vaga, descaracterizando a rotatividade do sistema.

Em muitos casos o que se percebia era que as vagas eram utilizadas pelos próprios comerciantes, seus funcionários ou moradores, os quais, diante da falta de fiscalização e punição, deixavam seus veículos o dia todo no local. O reflexo dessa prática era que normalmente a partir das 08h00, quando parte do comércio e serviços começa a abrir, as vagas já estavam completamente tomadas.

O novo sistema, aprovado pela Lei 11.348 de 22 de abril de 2013, expande a área do sistema para todo o Bairro Centro, com a previsão de oferta de aproximadamente 4.500 vagas, um aumento significativo da capacidade atual, além de modificar o valor e forma de cobrança. O valor de uma hora passa a dois reais, com a possibilidade de se comprar a fração de meia hora pela metade do preço. O limite máximo de permanência será de duas horas, sendo que o usuário que

ultrapassar esse limite pagará uma multa de R\$25,00²³. A nova lei também permite uma tolerância de estacionamento de 15 minutos para então começar a contar o tempo limite.

Quanto à forma de cobrança, foram credenciados 74 estabelecimentos comerciais variados para efetuarem a venda dos talões em caráter provisório até a definição do processo de licitação do novo sistema de cobrança que se chamará Zona Azul Eletrônico (e-ZAZ).

O edital da concorrência é que irá definir, posteriormente, a entrada em funcionamento efetiva da nova forma de cobrança da Zona Azul, com a utilização de parquímetros e outros equipamentos de cobrança digital, inclusive com o uso de aplicativos para celular e pontos de venda no comércio local de crédito pré-pago com cartão. Há empresas especialistas no setor que têm sistemas que implantam *chips* em todas as vagas para oferecer uma solução que mapeia locais com oferta de pontos de estacionamento em tempo real (CORREIO DE UBERLÂNDIA, Uberlândia, 11 abr. 2013).

Já a modalidade de estacionamento privado possui uma oferta aproximada de 3.000 vagas (CORREIO DE UBERLÂNDIA, Uberlândia, 07 mar. 2011), espalhadas em quase 150 estacionamentos por todo o bairro, com uma concentração maior entre as Avenidas Cesário Alvim e Cipriano del Fávero.

Em janeiro de 2013 a tarifa média cobrada nesses estacionamentos girava em torno de quatro reais para primeira hora e dois reais por hora adicional. Como diferencial, os estacionamentos privados oferecem seguro e a possibilidade de o motorista saber da disponibilidade de vagas assim que chega ao local. Oferecem também tarifas diferenciadas para diaristas e mensalistas, tornando uma opção mais atrativa em termos de custo para aqueles usuários que trabalham na região.

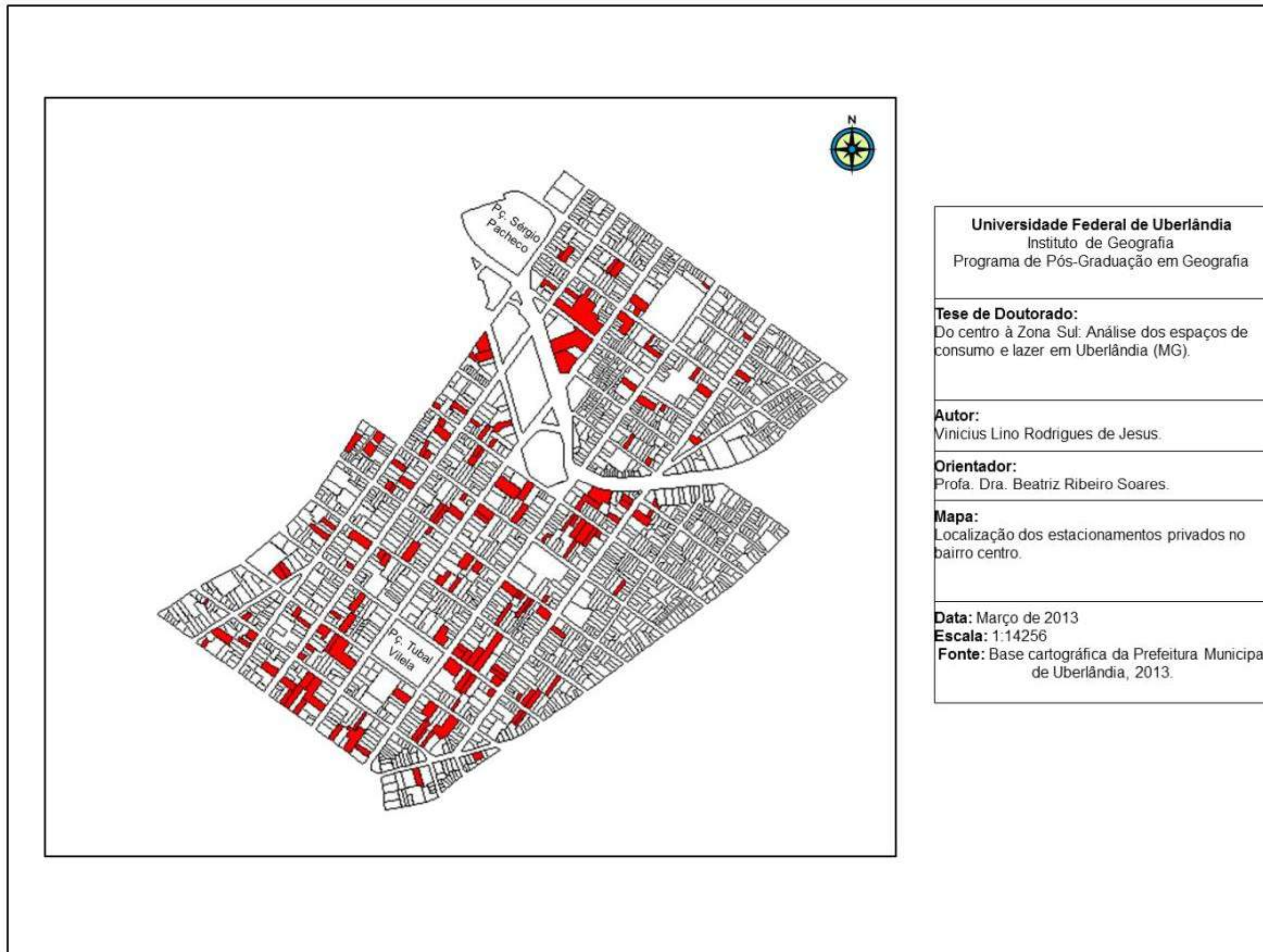
Embora a oferta de vagas não acompanhe a taxa de crescimento da frota veicular, que é da ordem de 10% ao ano, a revisão feita no Código de Zoneamento da cidade, realizada em 2011, permitiu a construção de estacionamentos verticais,

²³ Equivalentes a aproximadamente a 4% do valor do salário mínimo no ano de 2013.

antes proibidos, possibilitando um incremento significativo da oferta de vagas na região, embora ainda não tenha sido construído nenhum local assim, desde a implementação da nova lei.

Entretanto, a questão da mobilidade urbana no Bairro Centro é muito mais complexa que simplesmente a oferta de vagas de estacionamento, e as soluções para o problema devem ser mais profundas e envolver mudanças de hábitos na população como um todo. O tema será tratado com maior detalhamento mais adiante.

Mapa 15 – Uberlândia (MG) - Localização dos estacionamentos privados no Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Para além do comércio de rua e dos empreendimentos tipo *shopping center*, encontramos outras formas de comércio e serviços no Bairro Centro da cidade, a dos pequenos centros comerciais, dos edifícios comerciais e dos conjuntos comerciais populares, conhecidos também como camelódromos. A seguir analisaremos cada um deles.

Embora a forma principal do comércio e serviços no bairro seja a do comércio de rua, encontramos também antigos conjuntos comerciais do tipo galeria, localizados nos primeiros andares de edifícios residenciais construídos na primeira e segunda fase de verticalização do bairro, bem como edifícios de uso exclusivo comercial de pequeno a grande porte e centros comerciais populares instalados a partir da década de 1990, quando o governo municipal intensifica as ações contra o comércio informal na cidade, que atuava intensamente nas ruas do bairro.

A maior parte desses centros e edifícios comerciais está localizada no núcleo principal do bairro, entre as Avenidas Floriano Peixoto e Afonso Pena. Entre os centros comerciais podemos destacar: a Galeria Central, localizada nos dois primeiros pavimentos do Edifício Central; a galeria do Uberlândia Clube, que abriga além das lojas o Teatro Rondon Pacheco; o centro comercial Minas Center; e o espaço Vilela Ribeiro. Os dois primeiros possuem uma parte das lojas voltadas para a rua, porém a parte interna delas, bem como dos outros dois centros comerciais, não possui grande apelo comercial e está ocupada por serviços diversos ou desocupada. De forma geral podemos afirmar que esse modelo de estrutura comercial no Bairro Centro não é tão atrativo atualmente quanto o comércio de rua.

Os edifícios comerciais encontram-se dispersos pelo bairro, voltados em sua maioria para os serviços, embora alguns possuam pequenas galerias comerciais no térreo. Os de menor porte, até quatro pavimentos, são empreendimentos concebidos

originalmente com esse propósito e subdivididos em salas comerciais ou antigos imóveis residenciais que, em função da perda de atratividade residencial (normalmente edifícios sem garagem e sem elevador, localizados junto aos principais corredores comerciais) e aumento pela demanda por salas comerciais, são adaptados para esse fim.

Os edifícios de maior porte, acima de quatro pavimentos, surgem no bairro com a construção do Edifício Executivo em frente ao Fórum da Justiça Estadual e voltado principalmente para o setor de advocacia. Também podemos destacar o Edifício Chams, idealizado como residencial, mas transformado em empreendimento comercial; o Edifício Uberlândia 2000 (Foto 29); o Edifício Floriano Center; e o Edifício Metropolitan, voltado principalmente para os serviços de saúde.

A implantação dos centros comerciais populares ou camelódromos foi uma resposta do Poder Público Municipal ao crescimento do comércio ambulante na cidade a partir da década de 1990, que passou a ocupar o espaço público nas ruas e praças da área central, conforme relato de Ferreira (2002, p. 177):

Há uma ocupação desordenada de áreas públicas, transformadas em espaços privados. As calçadas das avenidas centrais, como Floriano Peixoto e Afonso Pena, destinadas à circulação de pedestres, são ocupadas por bancas, forçando os mesmos a utilizarem o espaço de circulação de veículos, causando inclusive acidentes. As marquises de parada dos ônibus, que deveria abrigar os usuários, ao contrário, servem de proteção em dias de muito calor ou chuvas para os ambulantes, expulsando os passageiros.

Com a proposta de concentrar esse tipo comércio em alguns locais predefinidos, foram selecionados pontos na área central onde cada comerciante possuiria um *box* para poder trabalhar, sendo o primeiro deles um terreno situado à Avenida Floriano Peixoto, entre a Rua Cruzeiro dos Peixotos e a Travessa Joviano Rodrigues (FERREIRA, 2002, p. 76).

Foto 29 – Uberlândia (MG) – Edifício 2000 – 2013



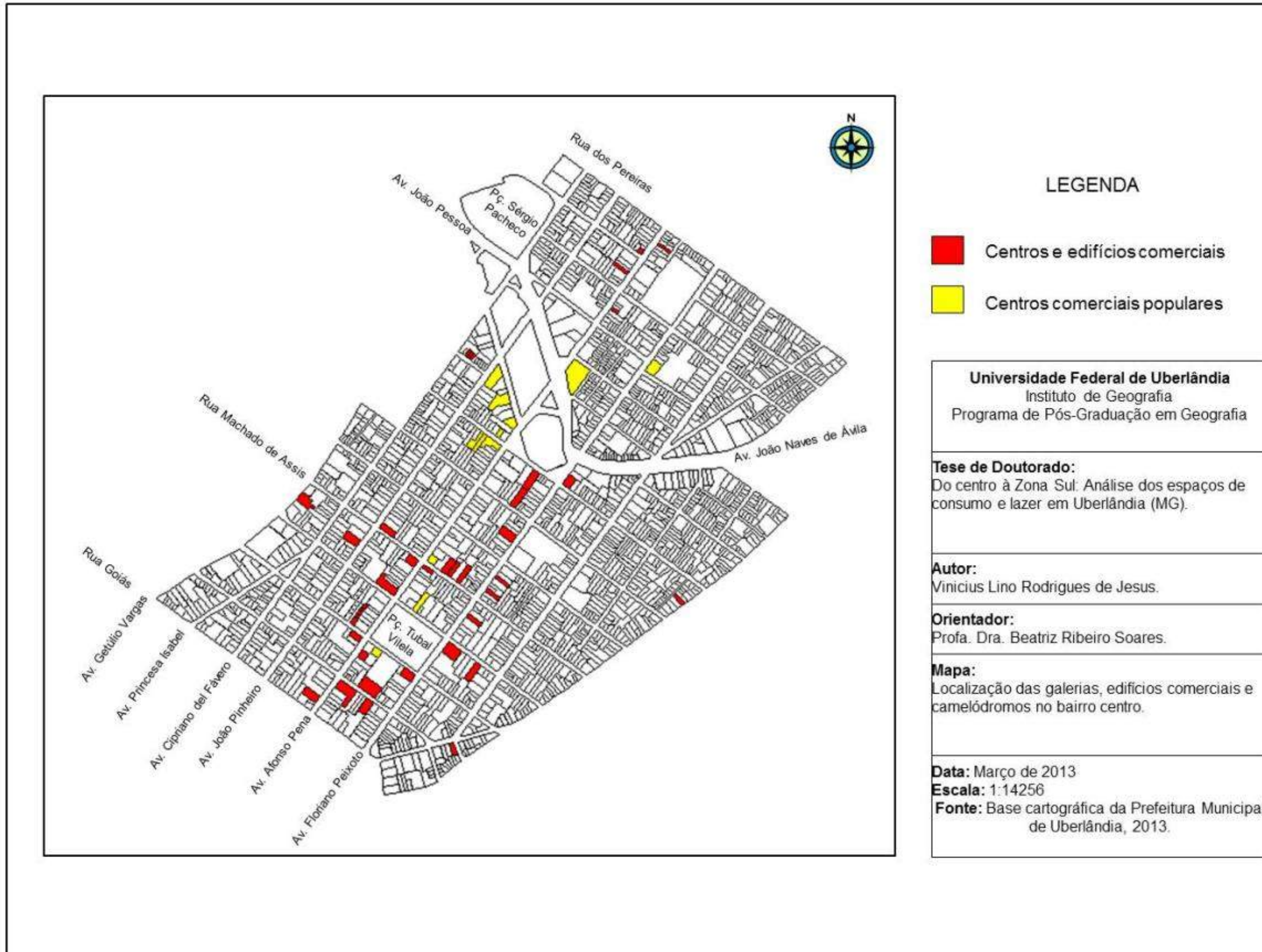
Fonte: EIGlobal Construtora, 2013.

Por ocasião do levantamento encontramos 11 camelódromos no Bairro Centro, concentrados em duas áreas específicas, uma no entorno da Praça Tubal Vilela e outra no entorno do Terminal Central de ônibus, ou seja, ambas localizadas próximo ao transporte público, aproveitando o grande fluxo de pessoas que utilizam o sistema diariamente.

Entretanto, o perfil de comerciantes que trabalham nesses locais mudou bastante em relação à década de 1990. Naquela época o comércio era focado

principalmente em produtos de pequeno valor agregado e hoje a maior parte dos negociantes trabalha com produtos eletrônicos ou vestuário e calçados de *griffe*, originais ou não, e atendem a um público bastante diverso, atraindo desde o usuário do transporte público que transita pela região a estudantes e à classe média alta em busca dos últimos lançamentos em produtos eletrônicos.

Mapa 16 – Uberlândia (MG) - Localização das galerias, edifícios comerciais e camelódromos no Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

A seguir será realizada uma análise mais detalhada de cada um dos segmentos, apresentando sua dispersão espacial no bairro e separando-os por alguns subsegmentos que mais se destacam em cada grupo.

Inicialmente podemos destacar as lojas de especialidades de dois segmentos que possuem uma forte presença nas lojas de rua no bairro: o de vestuário, calçados e acessórios e o de óticas, joias e relojoarias.

Vemos uma concentração das lojas de vestuário e afins entre as Avenidas Cesário Alvim e Cipriano del Fávoro. Porém, é no trecho entre as Avenidas Floriano Peixoto e Afonso Pena de um lado e entre a Praça Tubal Vilela e a Rua Coronel Antônio Alves do outro, que encontramos a maior parte delas.

Verificamos a predominância de quatro tipos de lojas: aquela que vende grande quantidade a preço baixo, como as lojas que vendem qualquer peça a dez reais; as lojas que vendem no atacado e semiatacado, quer seja do segmento de vestuário, calçados ou acessórios; lojas independentes, que na maioria dos casos ocupam os pequenos espaços locais disponíveis e operam com um ou dois funcionários e/ou com o próprio proprietário; e aquelas que podemos classificar como tradicionais, ou seja, de lojistas que operam há muitos anos na área e, embora tenham sido em muitos casos referências no comércio em tempos anteriores, adaptaram-se a um novo perfil de público e não operam filiais nos *shopping centers*.

No caso deste último tipo de loja, muitas vezes a propriedade do espaço físico ou contrato de locação antigo com valores desatualizados colabora com a permanência desses estabelecimentos, uma vez que o custo do aluguel é um dos mais significativos nesse modelo de negócio. Alguns exemplos são as lojas Reikol e Passo Certo Calçados.

Ainda que em menor número, existem também as grandes lojas do tipo magazine, tanto aquelas de grandes redes nacionais e internacionais como de lojistas locais. Exemplos: Riachuelo, Pernambucanas, Marisa, Lojas Americanas dentre as grandes; e a loja Mariana entre as locais. Embora muitos desses estabelecimentos sejam lojas âncoras nos *shopping centers*, sua presença no setor central tem ganhado cada vez mais espaço, tanto é que recentemente se noticiou que uma cadeia internacional adquiriu terreno para abertura de uma filial bem no coração do bairro, junto à Praça Tubal Vilela, bem como de nova filial de rede já existente.

O setor central de Uberlândia receberá três empreendimentos de médio porte até 2014, o que revela o foco dos empreendedores e investidores no varejo de rua. Estão em construção o Via Centro Shopping, que terá 61 lojas; uma nova unidade das Lojas Americanas, a quarta maior empresa varejista do país; e uma da C&A, que é líder mundial do mercado varejista de moda. Estes dois últimos empreendimentos serão inaugurados ainda no segundo semestre deste ano. Será a primeira loja de rua da C&A na cidade e a terceira das Lojas Americanas, que chegou a Uberlândia há mais de 30 anos (CORREIO DE UBERLÂNDIA, Uberlândia, 14 abr 2013).

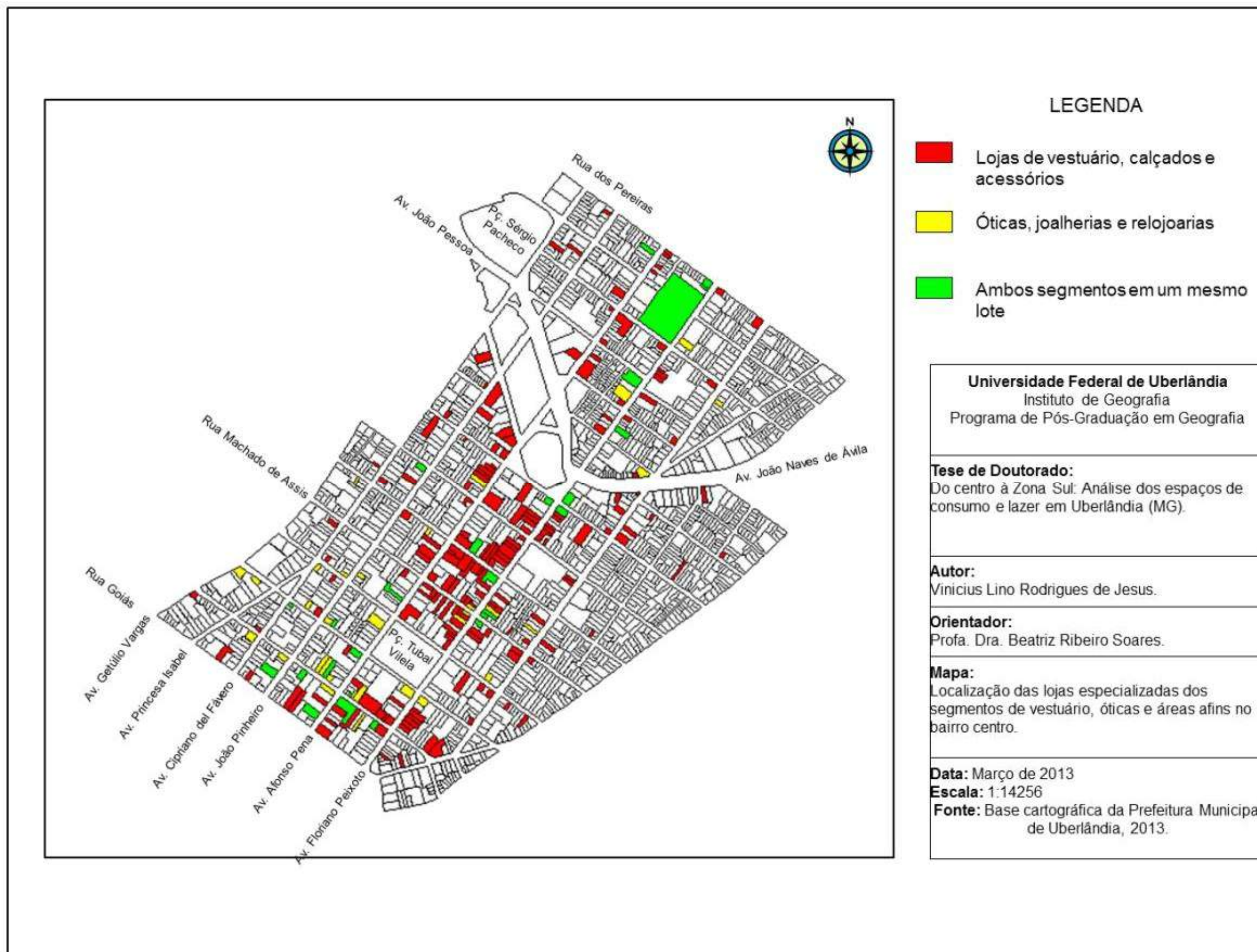
Encontramos também, em número bem menor, lojas de grandes franquias nacionais, como Hering, Taco e Le Postiche, porém ainda não são o formato predominante no local. Entretanto, são lojas que, devido a seu formato padrão em relação a *layout*, vitrine, etc., acabam influenciando a forma de apresentação dos estabelecimentos pequenos, que aos poucos vão incorporando estratégias adotadas pelas grandes marcas e mudando seu estilo.

Com relação a este setor podemos destacar ainda uma segunda concentração, bem menor, entre as Ruas Santos Dumont e Goiás, onde vemos algumas marcas locais e lojas de *griffe* que trabalham com um produto mais diferenciado, tendência mais encontrada no Fundinho, mas com reflexo nessa área, que faz limite com este bairro.

O setor de óticas, joias e relojoarias tem grande representatividade no bairro e opera tanto de forma separada como conjunta, sendo comum encontrar uma loja que oferece os três produtos. Grupos nacionais, como a Ótica Diniz, ou locais como as Óticas Gaúcha, Sátika e Santos, concentram mais de uma filial na região. Porém, o mercado de lojas independentes é o que prevalece, com duas concentrações bastante claras, uma em toda a extensão da Avenida Floriano Peixoto e outra no perímetro entre as Ruas Santos Dumont e Duque de Caxias, este mais focado nas óticas.

A proximidade em relação ao complexo de saúde localizado no bairro e entorno pode ser um fator decisivo para a concentração, em especial no setor I do Centro. Também verificamos que a maior parte delas possui convênios com estacionamentos do entorno, facilitando o acesso às mesmas.

Mapa 17 – Uberlândia (MG) - Localização das lojas de especialidades dos segmentos de vestuário, óticas e afins no Bairro Centro – 2011



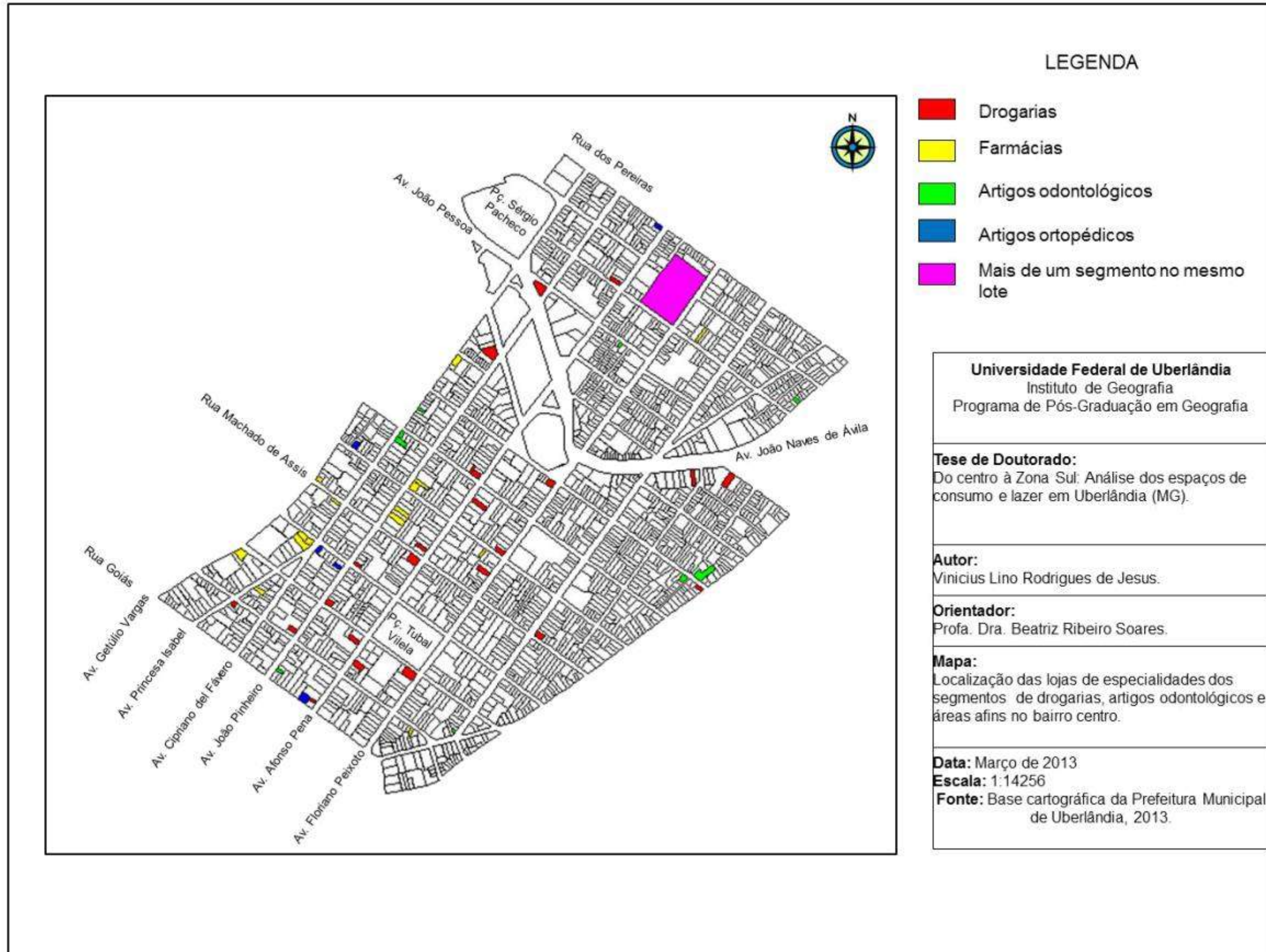
Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Outro segmento de lojas especializadas com forte presença no Bairro Centro é o de farmácias, drogarias, artigos ortopédicos e odontológicos. Consideramos drogarias aquelas que trabalham com medicamentos industrializados e artigos de higiene e cuidados pessoais. Já as farmácias são aquelas de manipulação ou homeopáticas.

Quanto às drogarias, verificamos o predomínio das grandes redes nacionais no bairro, com diversas filiais espalhadas por todos os setores, principalmente nas Avenidas Floriano Peixoto e Afonso Pena, tais como a Drogalíder, Drogasil, Drogeria São Paulo, Pague Menos, Farmácia Popular e Drogão Super. As farmácias estão concentradas nas Avenidas João Pinheiro e Cipriano del Fávoro e variam entre empresas de pequeno e médio portes. Neste mesmo setor também se agrupa a maior parte das lojas de artigos ortopédicos e algumas das principais lojas de artigos odontológicos.

Se observarmos o mapa como um todo, perceberemos que a maior concentração das lojas desses segmentos coincide com a localização dos serviços de saúde, nos setores I e II do bairro. Apenas as lojas de artigos odontológicos encontram-se mais bem distribuídas por todos os setores e veremos, quando for apresentado o mapa dos serviços de saúde, que são justamente os consultórios odontológicos que possuem maior dispersão espacial no Bairro Centro.

Mapa 18 – Uberlândia (MG) - Localização das lojas de especialidades dos segmentos de drogarias, artigos odontológicos e afins no Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Em relação às lojas de especialidade vale a pena destacar um último grupo de segmentos que tem presença importante no Bairro Centro, inclusive em alguns casos compondo um polo de compra desses nichos, embora não chegue a ser tão concentrado para configurar uma rua de especialidades. Dentre eles estão: papelarias, livrarias e revistarias; suprimentos de informática; lojas de equipamentos telefônicos; lojas de equipamentos fotográficos; e lojas de móveis e colchões.

No segmento de papelaria, livraria e revistaria a maioria dos empreendimentos é de pequeno e médio porte, de propriedade de empreendedores locais e composta basicamente por lojas tradicionais do ramo, muitas com anos de atuação no mercado. Estão concentradas no eixo das Avenidas Afonso Pena e Floriano Peixoto e no caso das livrarias, há especialidades diversas, como as religiosas e as jurídicas. Já as papelarias atendem principalmente a demanda de material escolar, embora também existam algumas especializadas em material para desenho técnico e bricolagem.

Já as lojas de suprimento de informática concentram-se entre as Ruas Tenente Virmondes e Coronel Antônio Alves e atuam com uma gama maior de produtos voltados para escritório ou são especializadas em cartuchos para impressoras. No primeiro tipo destaca-se a Online Informática, com sede na Avenida João Pinheiro e filias no Pratic Shopping, como empresa referência no segmento na cidade.

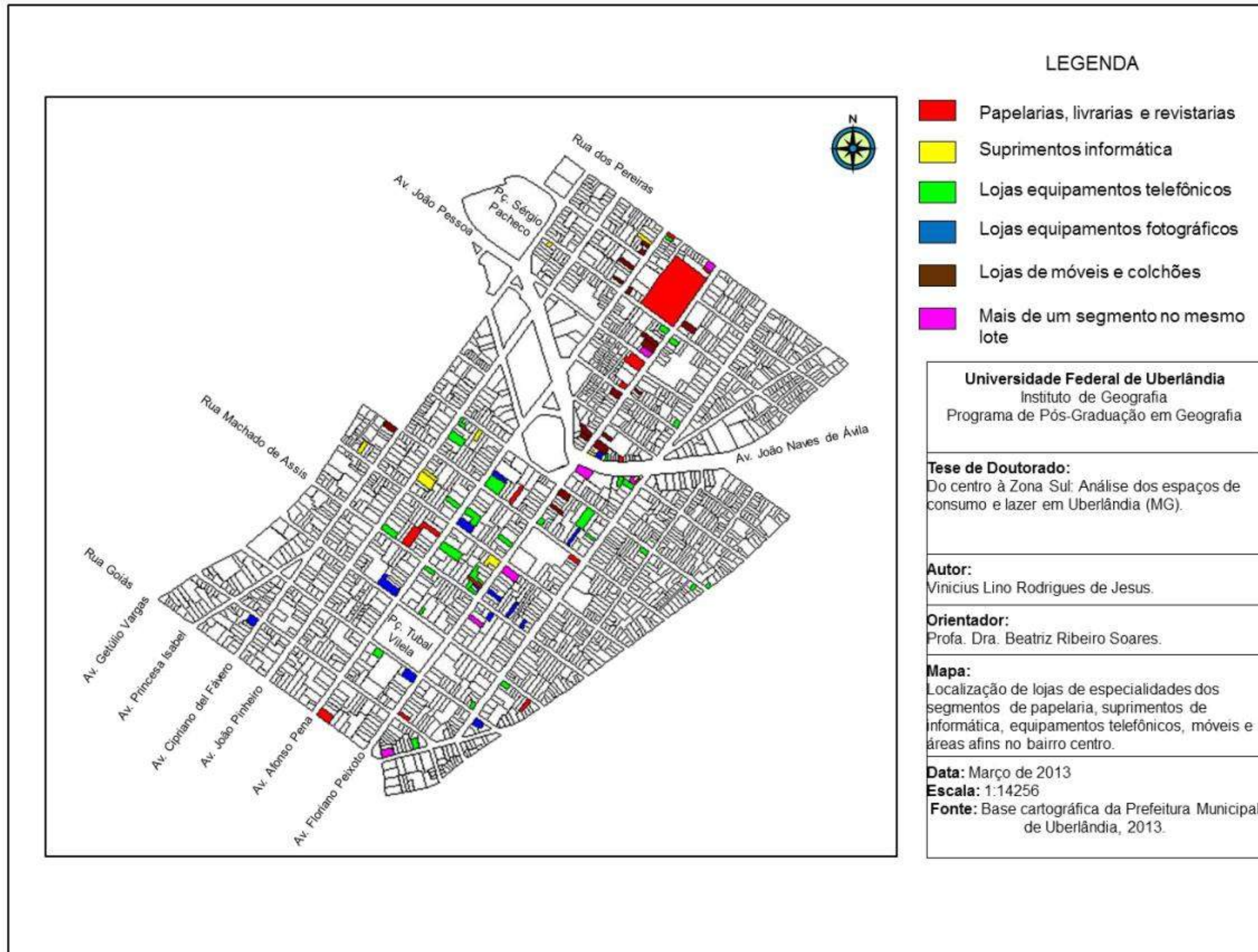
Porém o setor com maior presença no bairro é o de telefonia móvel, produto essencial na sociedade do hiperconsumo e das redes sociais. Nesse segmento encontramos tanto lojas independentes como autorizadas das principais operadoras nacionais, além de lojas próprias das mesmas. Algumas trabalham apenas com a venda de aparelhos e acessórios, uma vez que, para além do telefone em si, há uma

série de itens que permitem ao consumidor personalizar, diferenciar seu telefone dos demais. Outras lojas também oferecem os serviços de telefonia. Observando o mapa vemos uma concentração destas entre as Avenidas Cesário Alvim e Cipriano del Fávero.

Num certo contraponto ao número de lojas de telefonia, vemos ainda a grande presença de lojas de equipamentos fotográficos na região. Concentradas entre as Avenidas Cesário Alvim e Afonso Pena, em sua maioria são lojas tradicionais que foram se adaptando às mudanças nos hábitos relacionados à fotografia, mas com o avanço dos equipamentos telefônicos tipo *smartphones*, com câmeras de alta definição, bem como das mídias de armazenamento e possibilidades de postagens *online* das fotos, fazem parte de um mercado que necessita reinventar-se para não ficar obsoleto.

Finalmente temos as lojas de móveis e colchões que estão concentradas na Avenida Floriano Peixoto nos setores III e IV do bairro, entre a Avenida João Naves de Ávila e Rua dos Pereiras. Trata-se na maioria de lojas de empreendedores locais que trabalham com linhas de móveis mais populares, além de algumas especializadas em móveis usados e outras, em colchões.

Mapa 19 – Uberlândia (MG) - Localização de lojas de especialidades dos segmentos de papelarias, suprimentos de informática, equipamentos telefônicos, móveis e afins no Bairro Centro – 2011



LEGENDA

- Papelarias, livrarias e revistarias
- Suprimentos informática
- Lojas equipamentos telefônicos
- Lojas equipamentos fotográficos
- Lojas de móveis e colchões
- Mais de um segmento no mesmo lote

Universidade Federal de Uberlândia
 Instituto de Geografia
 Programa de Pós-Graduação em Geografia

Tese de Doutorado:
 Do centro à Zona Sul: Análise dos espaços de consumo e lazer em Uberlândia (MG).

Autor:
 Vinicius Lino Rodrigues de Jesus.

Orientador:
 Profa. Dra. Beatriz Ribeiro Soares.

Mapa:
 Localização de lojas de especialidades dos segmentos de papelaria, suprimentos de informática, equipamentos telefônicos, móveis e áreas afins no bairro centro.

Data: Março de 2013
Escala: 1:14256
Fonte: Base cartográfica da Prefeitura Municipal de Uberlândia, 2013.

Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Com relação às lojas de alimentação, encontram-se dispersas por todo o bairro e têm um papel importante na dinâmica comercial da região, pois além de receber o público que trabalha e mora no local, atendem a grande população flutuante que frequenta o centro diariamente, e ainda empregam grande quantidade de mão de obra.

Para melhor compreensão desse segmento, dividimo-lo em: bares e casas noturnas; restaurantes; lanchonetes, sorveterias e cafés; e padarias e quitandas. Quanto aos bares, temos duas concentrações distintas, a primeira entre as Avenidas Cesário Alvim e Rio Branco, no entorno da Avenida João Naves de Ávila, composta por pequenos bares voltados para o público que mora nas proximidades e trabalhadores de empresas locais, ou seja, dirigidos à vizinhança.

A segunda concentração ocorre na Avenida Floriano Peixoto, nas proximidades da Praça Rui Barbosa e é formada por bares e casas noturnas. Embora no levantamento realizado em 2010 aparecessem apenas duas, o London Pub e o Ooze Bar, em 2013 já haviam se instalado outros estabelecimentos nesta quadra. Conforme descrito anteriormente, esta concentração segue em direção ao Bairro Fundinho e Lídice e é a principal referência de Uberlândia em termos de lazer noturno, atraindo público de todas as regiões da cidade e criando toda uma dinâmica noturna no setor.

Nos últimos anos outro ponto de lazer tem se consolidado no bairro, o Mercado Municipal, que após sua revitalização, realizada no ano de 2009, abriga alguns bares e eventos que atraem um grande público, consolidando-se não somente como área de lazer, mas como um polo de gastronomia voltado tanto para o morador local como para o turismo.

Tais empreendimentos promovem o uso noturno desta parte do bairro de forma bastante intensa, em especial nos finais de semana. Tradicionalmente sempre foi a região que concentrou a vida noturna da cidade e, do ponto de vista do poder de atração e de centralidade, ainda se mantém com grande vitalidade, atraindo moradores das mais diversas regiões para os seus bares e casas noturnas, com destaque para o público universitário.

Mas, se a presença desses estabelecimentos neste setor do bairro comprova que o centro não é apenas utilizado durante o dia, o fluxo de pessoas gerado nos dias de maior movimento, em especial nos finais de semana, acaba trazendo transtornos aos moradores do entorno, cuja área é das mais verticalizadas do centro. Em geral as perturbações estão relacionadas ao aumento do tráfego de veículos, à sujeira deixada por alguns usuários e principalmente pela poluição sonora dos veículos que passam pela região com som acima do limite razoável, pelo ruído causado pelas casas noturnas e pela própria conversa de seus frequentadores.

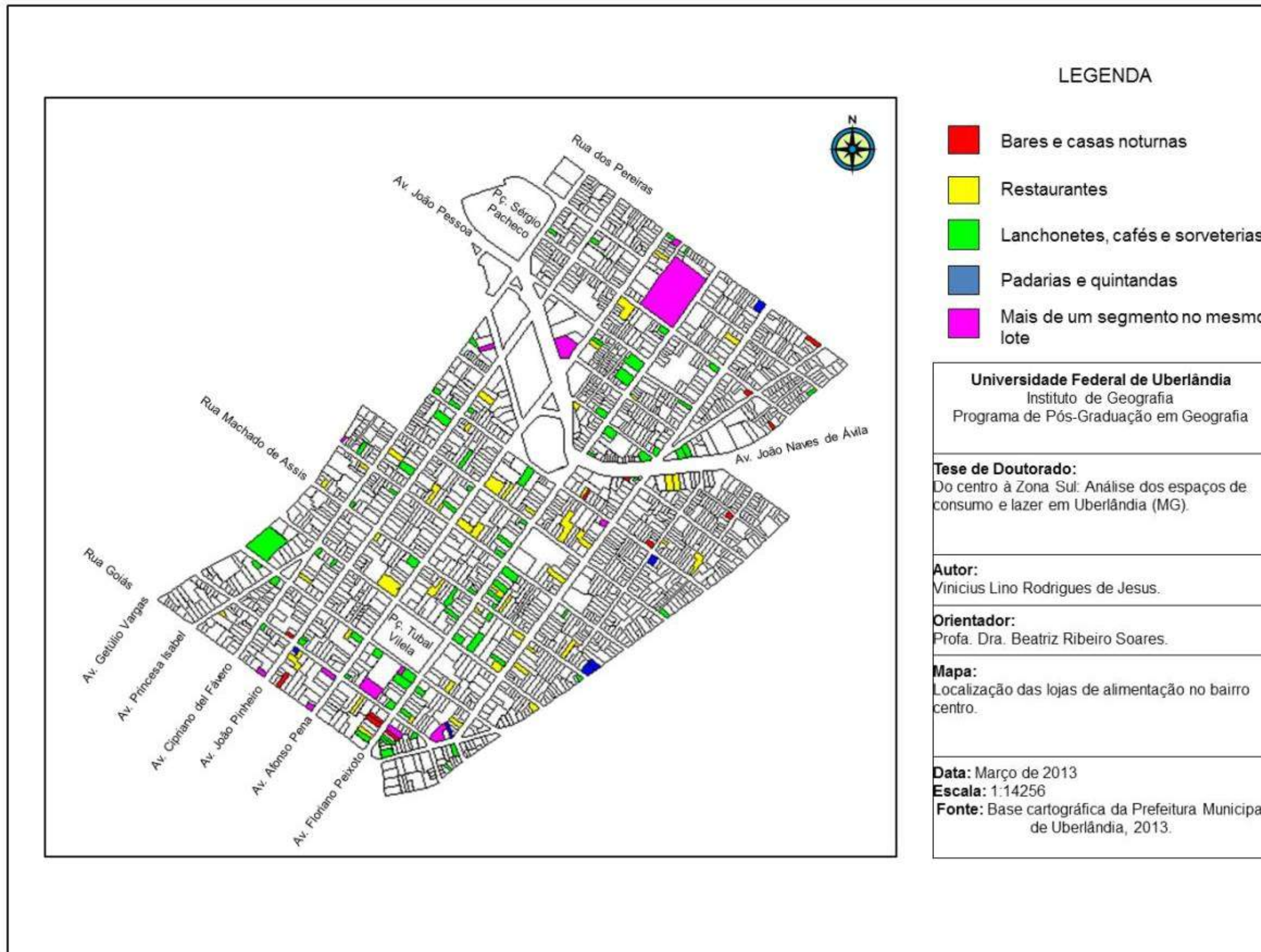
Quanto aos restaurantes, embora concentrados entre as Avenidas Cesário Alvim e Cipriano del Fávoro, estão dispersos por todo o bairro. Em sua maioria são do tipo *self-service* e voltados para trabalhadores e moradores, apesar de alguns se destacarem mais e atraírem habitantes de outras regiões. Quase todos funcionam apenas no almoço, de segunda a sábado.

Já as lanchonetes, sorveterias e cafés também estão espalhados por todo o bairro, embora se verifique uma concentração maior na Avenida Floriano Peixoto. Temos desde pequenas lanchonetes localizadas em espaços reduzidos entre duas lojas até grandes redes de *fast-food* internacionais, como McDonald's e Subway.

Entretanto, percebe-se a disposição para mudança nesses segmentos, com a entrada de novos estabelecimentos franqueados na região, em especial nas proximidades da Praça Rui Barbosa, e pela reinvenção de pontos tradicionais, por meio da reforma do local ou da valorização do produto oferecido, seguindo uma tendência mais *gourmet*.

Já as padarias e quitandas são mais escassas no bairro, estando sua maioria localizada na área com maior concentração residencial entre as Avenidas Cesário Alvim e Rio Branco.

Mapa 20 – Uberlândia (MG) - Localização das lojas de alimentação no Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Quanto às lojas de departamentos verificamos que estão concentradas em duas regiões específicas: a primeira e principal é a Avenida Afonso Pena, nas proximidades da Praça Tubal Vilela.

O agrupamento ocorre devido a uma série de fatores. O primeiro diz respeito à localização privilegiada que é o entorno da Praça Tubal Vilela do ponto de vista comercial e do fluxo de pessoas, sendo o local onde se instalaram as primeiras lojas do segmento na cidade; o segundo fator, devido à disponibilidade de imóveis de maior porte para comportar esse tipo de estabelecimento.

A segunda concentração está localizada no alto da Avenida Floriano Peixoto, na altura do antigo Estádio Juca Ribeiro, próximo a um agrupamento de lojistas independentes especializados em colchões e móveis novos e usados. A maioria das lojas é do segmento de eletroeletrônicos, eletrodomésticos e móveis etc., como Magazine Luiza, Ricardo Eletro, Eletrosom, Eletrozema e Casas Bahia.

Embora a maior parte dessas lojas também esteja nos *shopping centers* da cidade, verificamos que em suas filiais do centro a estratégia de comercialização adotada é diferenciada. Enquanto no *shopping* há uma exposição de produtos de topo de linha e de maior valor agregado, com um *layout* de loja mais limpo e organizado, no centro há uma gama maior de produtos de linha mais econômica e com *layout* mais carregado de produtos, utilizando a área junto à calçada para a exposição das ofertas de forma mais agressiva, focando principalmente o preço, em alguns casos utilizando até mesmo a calçada (de forma ilegal) para tais fins.

Foto 30 – Uberlândia (MG) – Fachada da loja Ricardo Eletro no Bairro Centro – 2013



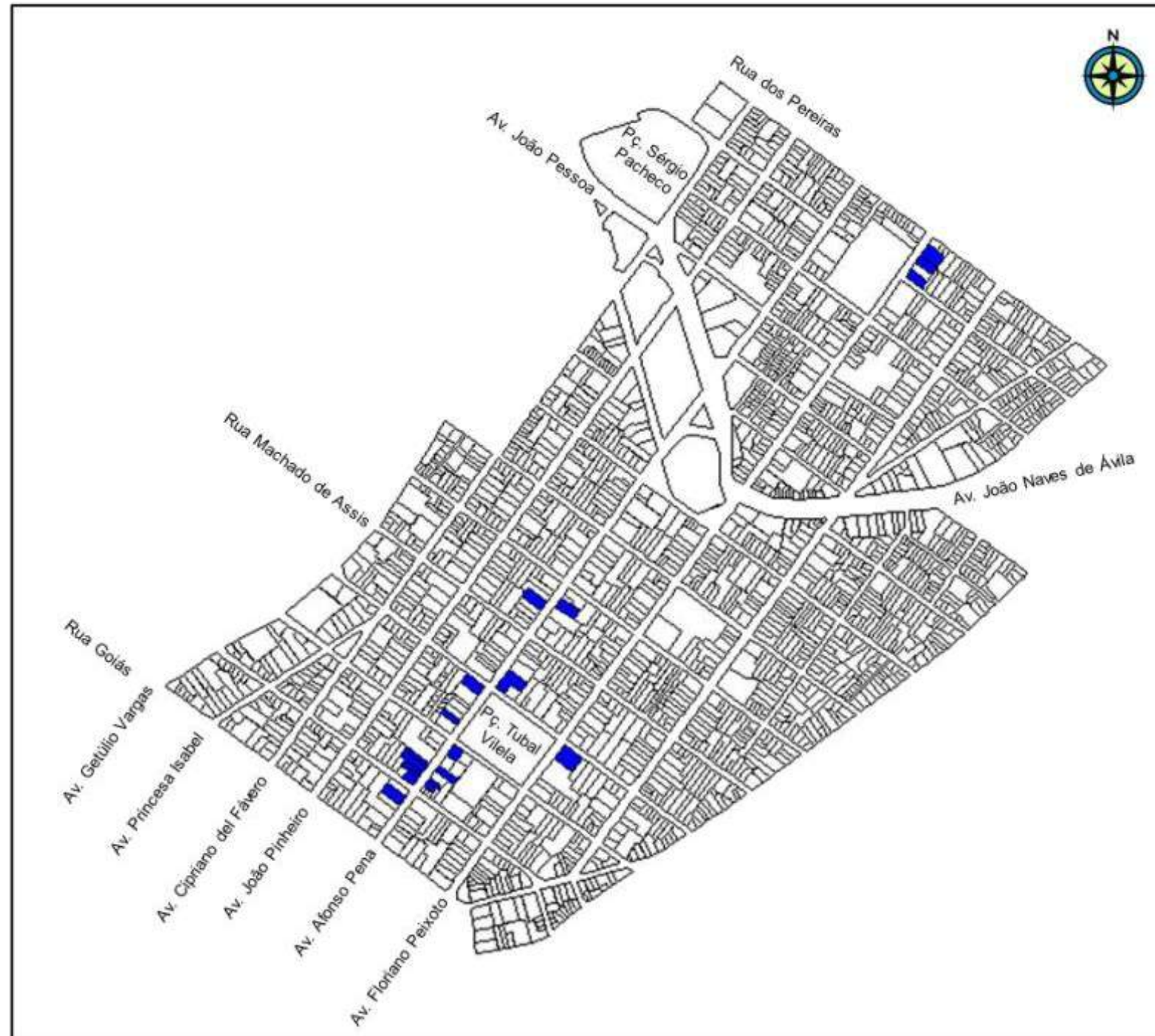
Fonte: JESUS, V.L.R, 2013.

Foto 31 – Uberlândia (MG) – Fachada da Loja Ricardo Eletro no Center Shopping – 2013



Fonte: JESUS, V.L.R, 2013.

Mapa 21 – Uberlândia (MG) - Localização das lojas de departamento no Bairro Centro – 2011



Universidade Federal de Uberlândia
Instituto de Geografia
Programa de Pós-Graduação em Geografia

Tese de Doutorado:
Do centro à Zona Sul: Análise dos espaços de consumo e lazer em Uberlândia (MG).

Autor:
Vinicius Lino Rodrigues de Jesus.

Orientador:
Profa. Dra. Beatriz Ribeiro Soares.

Mapa:
Localização das lojas de departamento no bairro centro.

Data: Março de 2013
Escala: 1:14256
Fonte: Base cartográfica da Prefeitura Municipal de Uberlândia, 2013.

Já as lojas de descontos estão localizadas nas Avenidas Afonso Pena e Floriano Peixoto, com uma concentração maior nas proximidades do terminal central de ônibus.

Encontramos basicamente três tipos de lojas voltados para dois segmentos distintos. O primeiro é de vestuário e acessórios, como bolsas, bijuterias e acessórios para cabelo; e o segundo é de utilidades domésticas diversas.

No setor de vestuário predominam as lojas que vendem tudo ao preço fixo de dez reais, sendo a maioria de confecções próprias. Outra modalidade, mais comum nas lojas de acessórios, são as vendas por atacado ou semiatacado, em que os descontos são dados de acordo com o volume de compra. O terceiro tipo é mais comum nas lojas de utilidades domésticas, que vendem parte dos produtos por faixas de preços estabelecidos, como um sacolão, e ao mesmo tempo trabalham com produtos de linhas diversas a preço de mercado.

Este último tipo é uma mudança do formato que entrou no mercado brasileiro com bastante força na década de 1990, o de lojas que vendiam tudo a R\$ 1,99, numa iniciativa que copiava um modelo de sucesso nos Estados Unidos, mas que se tornou inviável por aqui devido à baixa qualidade dos produtos. Desta forma, trabalham com o mesmo conceito de oferta de uma grande diversidade de produtos de baixo valor, mas não com um preço fixo em toda a loja.

Este comércio possui características mais populares e se distingue pela política de preços, baseada na oferta de produtos de baixo valor agregado e alta rotatividade. Embora tenha uma política agressiva de preços, é um tipo de estabelecimento que sofre concorrência com lojas localizadas nos subcentros dos bairros periféricos, cujo modelo lhe é similar.

Entretanto, como estratégia de diferenciação da concorrência, verificamos que algumas dessas lojas têm adotado ações e estratégias típicas daquelas de *shopping centers*, como a utilização de vitrines mais elaboradas e um aspecto visual mais moderno e limpo, embora mantenham a política de preços mais agressiva, com o intuito de valorizar a marca e diferenciar-se do modelo tradicional desse tipo de comércio.

Foto 32 – Uberlândia (MG) – Fachada de loja de desconto tradicional no Bairro Centro – 2013



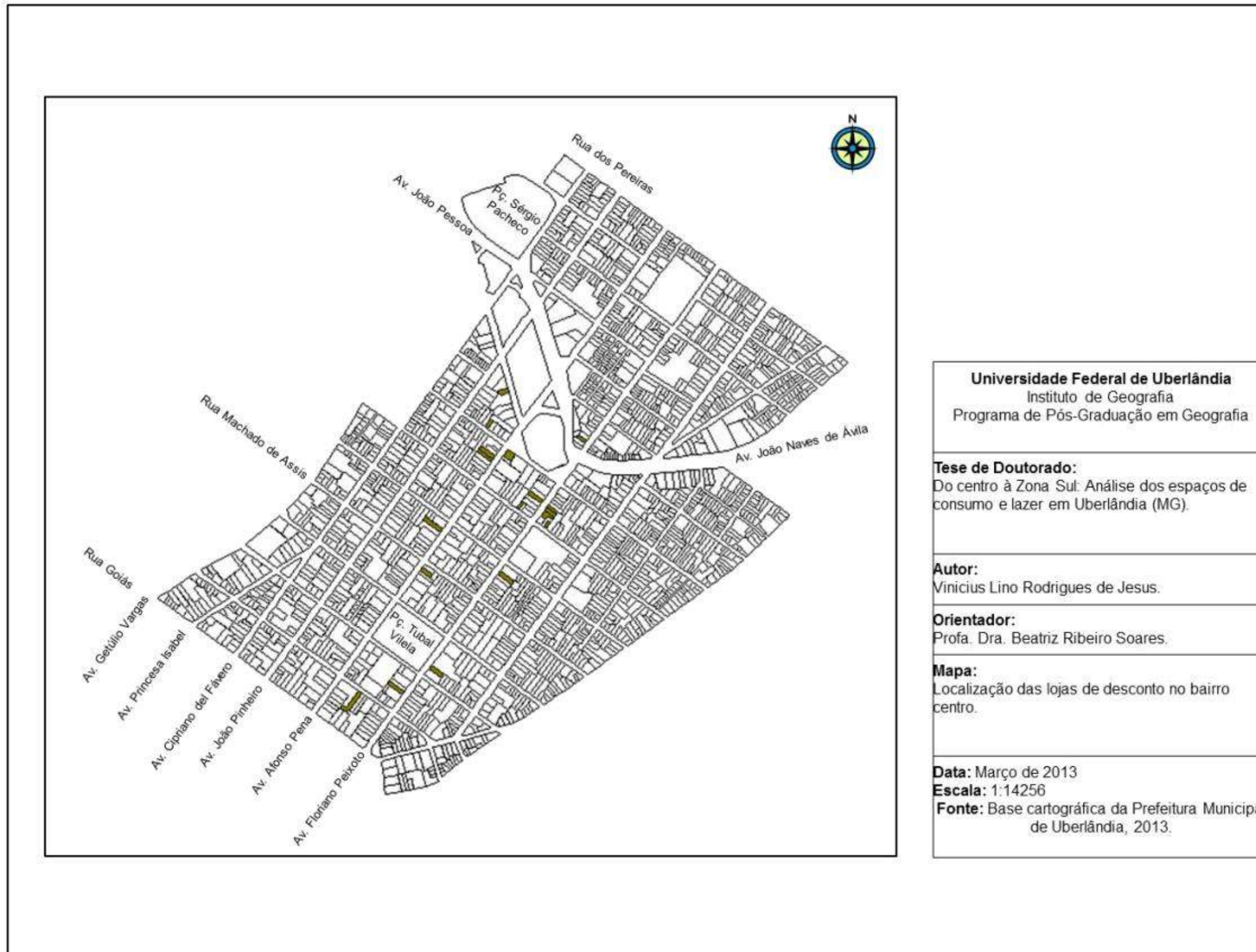
Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Foto 33 – Uberlândia (MG) – Fachada de loja de desconto mais moderna no Bairro Centro – 2013



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Mapa 22 – Uberlândia (MG) - Localização das lojas de desconto no Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

O segmento de supermercados e mercearias é pouco presente no Bairro Centro. Foram identificados apenas sete estabelecimentos que se enquadram neste nicho, dos quais dois são supermercados e cinco, mercearias.

As mercearias estão localizadas nas extremidades do bairro, próximo às áreas mais residenciais. Em relação aos supermercados, o primeiro é o Supermercado Sinhá. Localizado próximo à Praça Tubal Vilela, possui características de estabelecimento de bairro, é de médio porte e trabalha com uma linha de produtos ampla, mas principalmente do segmento econômico e médio.

Esse supermercado atende tanto a população que reside no entorno, em especial nos condomínios residenciais verticais - sendo esta a região com maior concentração de apartamentos no Bairro Centro - como trabalhadores que buscam opção para uma refeição rápida no período de expediente, ou para levar algum produto para casa após o trabalho.

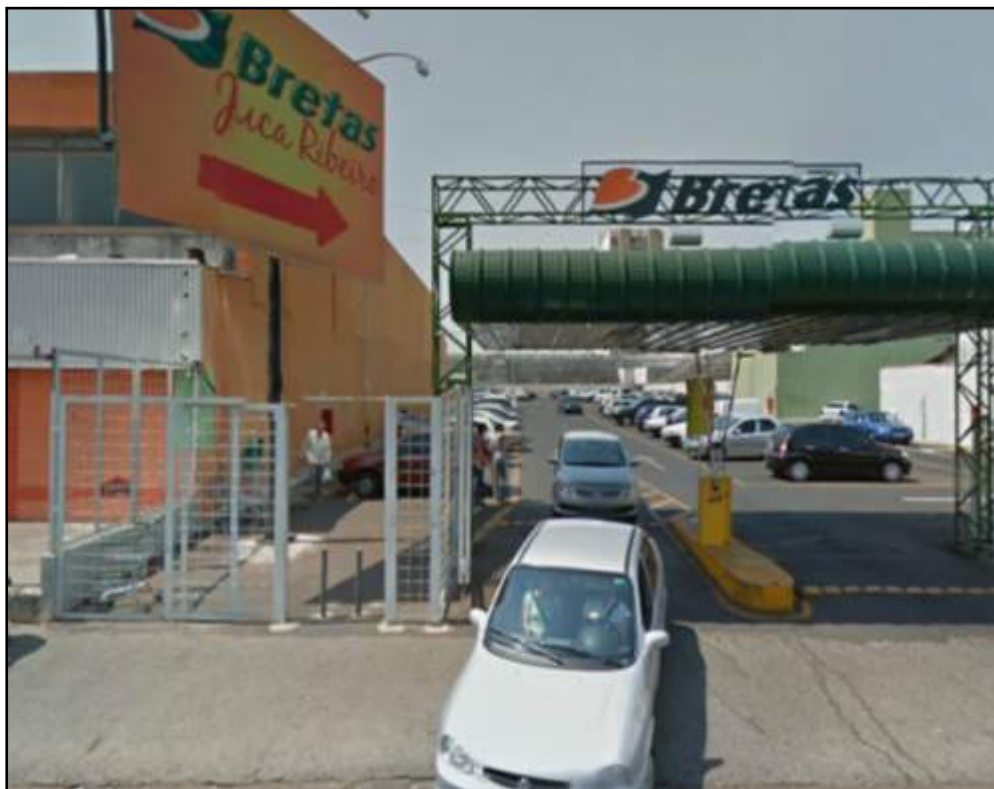
O outro é o Bretas Supermercados, que após um acordo com a diretoria do Uberlândia Esporte Clube, proprietária do antigo estádio de futebol Juca Ribeiro, instalou, no ano de 2010, filial com amplo estacionamento no local onde se localizava o gramado do campo de futebol, mantendo a estrutura externa, que conta com uma gama diversificada de comércio e serviços.

O empreendimento foi realizado em parceria do Bretas Supermercado com o Uberlândia Esporte Clube, onde o Bretas tem 55% e o Verdão tem 45% do empreendimento. O Verdão receberá 1% do faturamento bruto do supermercado, sendo-lhe garantido um valor mínimo de 56 mil reais mensais, valores estes reajustáveis anualmente (CANAL UEC, Uberlândia, 24 set. 2010).

Por meio da estratégia inovadora de manter um vínculo com o Uberlândia Esporte, quer seja por meio de patrocínio, quer seja pela simbologia que é possuir uma loja na sua antiga sede, o supermercado associa parte de seu faturamento à

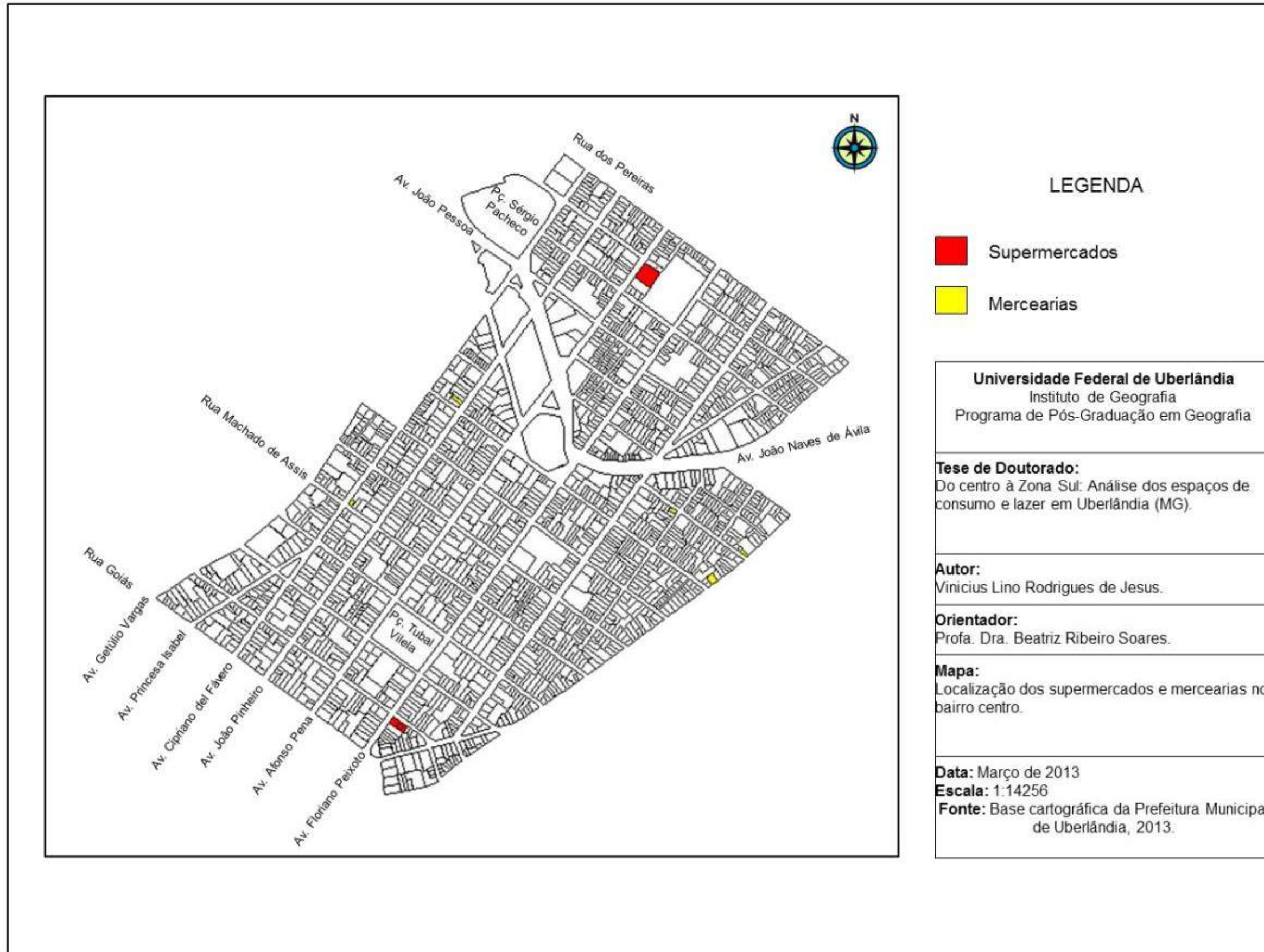
renda do clube, o que significa que quanto mais torcedores efetuarem compras no local, mais recursos o time receberá.

Foto 34 – Uberlândia (MG) – Entrada do Supermercado Bretas filial Juca Ribeiro – 2013



Fonte: JESUS, V.L.R, 2013.

Mapa 23 – Uberlândia (MG) - Localização dos supermercados e mercearias no Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

A seguir será analisada a presença dos serviços no bairro. Podemos afirmar que o setor de serviços é o que apresentou o maior crescimento nos últimos anos, tanto internacional como localmente e, como consequência, vemos a presença cada vez maior desse tipo de estabelecimento no Bairro Centro.

Atualmente os serviços na área de saúde são os mais expressivos no bairro. Consideramos os seguintes segmentos para análise: clínicas médicas; hospitais e ambulatórios; clínicas de fisioterapia e psicologia; laboratórios; e clínicas odontológicas.

Em relação às clínicas médicas, há grande concentração entre as Avenidas Cipriano del Fávero e Getúlio Vargas, que se estende também por parte do Bairro Martins. Temos basicamente duas tipologias de clínicas: aquelas que ocupam edificações inteiras, normalmente antigas residências adaptadas, onde atua um único médico ou um grupo deles; e conjunto de salas de pequeno porte que abriga mais de uma clínica em um mesmo edifício. No Centro encontramos mais clínicas individuais ou conjunto de salas; já as clínicas de maior porte estão localizadas principalmente no Bairro Martins, ainda que muitas do lado oposto da Avenida Getúlio Vargas, que faz limite com o Bairro Centro.

Observa-se ainda uma segunda concentração, em menor escala, de clínicas na área oposta a esta, entre as Avenidas Cesário Alvim e Rio Branco, local que ainda possui grande número de residências com potencial para serem transformadas em consultórios médicos à medida que são colocadas no mercado imobiliário.

Quanto aos hospitais e ambulatórios, no Bairro Centro encontramos três: os Hospitais Santa Clara, Santa Catarina e do Triângulo. Os dois primeiros são de grande porte e influenciam diretamente a dinâmica da região, razão pela qual vemos

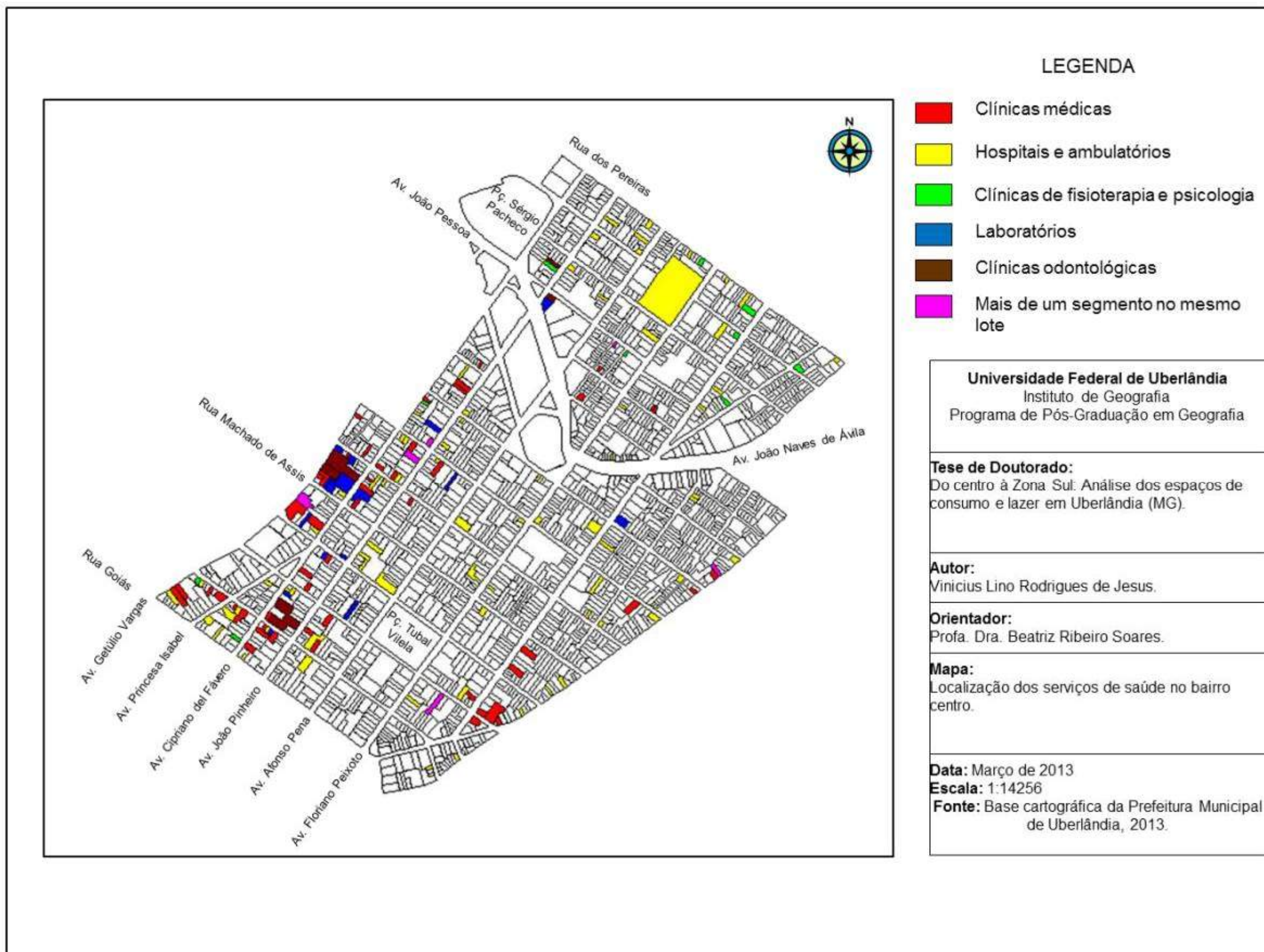
a concentração tão grande dos serviços de saúde nos setores I e II do bairro. Esses hospitais e todos os demais setores relacionados à saúde localizados no seu entorno formam o maior complexo de serviços de saúde do setor privado de todo o Triângulo Mineiro, atendendo não somente pacientes da cidade, como de toda a região.

As clínicas de fisioterapia e psicologia estão mais concentradas nos setores III e IV do Bairro Centro, fora deste núcleo principal dos serviços de saúde, embora ainda encontremos algumas nesta região. O alto valor dos imóveis pode ser um dos fatores que deslocam as clínicas para os setores menos valorizados do bairro.

Os laboratórios concentram-se entre as Avenidas João Pinheiro e Getúlio Vargas, no entorno dos hospitais. Destaca-se no setor o complexo instalado próximo ao Hospital Santa Catarina, composto pelos laboratórios Exame, Labormed, Ipac e Radioclínica, que são referências na cidade, com um fluxo de pessoas tão grande que chega a gerar impactos no trânsito local devido ao fluxo de veículos nesta quadra.

Os consultórios odontológicos, diferentemente das clínicas médicas, que se concentram em um setor, estão dispersos por todo o bairro, inclusive nos eixos principais de comércio entre as Avenidas Floriano Peixoto e Afonso Pena. O tipo das clínicas também é diferente. Temos basicamente três: aquelas que ocupam uma única edificação que, assim como nas clínicas médicas, são antigas residências adaptadas; as pequenas salas em edifícios comerciais, as quais, diferentemente das clínicas médicas, não são exclusivas do segmento de saúde odontológica, mas atuam junto a outros segmentos; e de clínicas instaladas junto à residência, normalmente na frente ou nível térreo quando se trata de sobrados, podendo ser a moradia do próprio profissional liberal ou apenas espaços alugados de terceiros.

Mapa 24 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços de saúde no Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

O setor financeiro tradicionalmente é uma das funções típicas das áreas centrais das cidades. Porém, com as profundas mudanças pelas quais passou nos últimos anos, com o aumento da quantidade de caixas eletrônicos, do uso de cartões eletrônicos como forma de pagamento e da utilização dos serviços *online* para transações, além do próprio crescimento da cidade e do surgimento dos subcentros, os serviços financeiros já não estão exclusivamente localizados nesta região.

...a área central de uma grande cidade se caracteriza pela complexidade de funções e pela concentração de serviços. É nela que se instalam os grandes negociantes, os industriais, os homens de negócios, os banqueiros, os altos funcionários, que comandam e traçam as diretrizes da vida econômica, financeira e político-administrativa da metrópole e de as região e, em muitos casos, do país (DUARTE, 1967, p. 15).

Mas ainda é um segmento com presença importante na região central e para sua análise dividimo-lo em quatro grupos: agências bancárias; seguradoras; financeiras, consórcios e correspondentes bancários; e cooperativas de crédito.

As agências bancárias estão localizadas entre as Avenidas Floriano Peixoto e Afonso Pena e na Avenida João Naves de Ávila, sendo que o entorno da Praça Tubal Vilela é onde está sua maior concentração. Os principais bancos atuantes no Brasil têm filiais na área, em alguns casos mais de uma, e as maiores agências possuem grandes estacionamentos próprios, tanto para os clientes como abertos ao público em geral.

A maioria das agências está instalada há muitos anos e atualmente não se verifica um crescimento do segmento na região, já que as novas filiais são abertas nos principais subcentros e eixos estruturais da cidade, com destaque para as Avenidas João Naves de Ávila e Rondon Pacheco, num sistema em que fundos imobiliários constroem o empreendimento em espaço próprio ou de terceiros e então firmam contratos de aluguéis de longo prazo com as instituições financeiras,

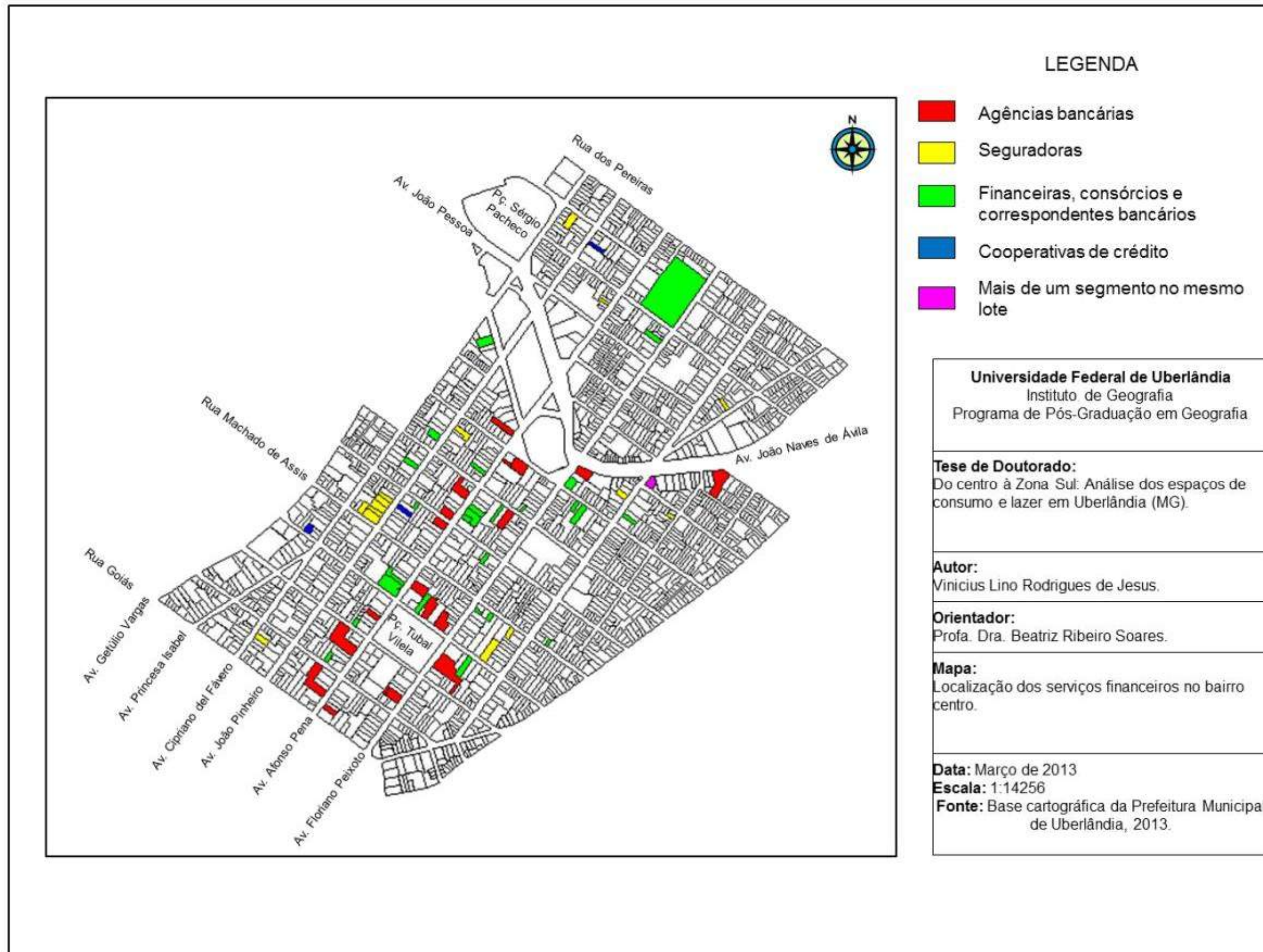
enquanto as agências da área central geralmente são de propriedade das próprias instituições.

Uma particularidade do segmento é que os principais bancos mantêm no bairro suas agências *premium*. Cada banco adota uma nomenclatura diferenciada, mas todas têm o objetivo de oferecer atendimento diferenciado aos clientes que possuem determinada renda mensal.

Quanto às seguradoras, estão localizadas nas Avenidas João Pinheiro e Cesário Alvim. No primeiro caso são na maioria operadoras de seguros de saúde, com estreita relação com os serviços de saúde localizados nos setores I e II e, no segundo caso, companhias de seguros de bens de capital.

Se por um lado verificamos a estagnação do crescimento do setor bancário tradicional no Bairro Centro, as empresas do tipo financeiras, consórcios e correspondentes bancários estão em franca expansão. Concentradas no núcleo principal do comércio, entre as Avenidas Cesário Alvim e João Pinheiro, aproveitam o alto fluxo de pessoas e oferta de lojas diversificadas para instalarem suas filiais, muitas delas de propriedade das próprias instituições financeiras que atuam na região, mas com estratégias de negócio diferenciadas.

Mapa 25 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços financeiros no Bairro Centro - 2011



LEGENDA

- Agências bancárias
- Seguradoras
- Financeiras, consórcios e correspondentes bancários
- Cooperativas de crédito
- Mais de um segmento no mesmo lote

Universidade Federal de Uberlândia
 Instituto de Geografia
 Programa de Pós-Graduação em Geografia

Tese de Doutorado:
 Do centro à Zona Sul: Análise dos espaços de consumo e lazer em Uberlândia (MG).

Autor:
 Vinicius Lino Rodrigues de Jesus.

Orientador:
 Profa. Dra. Beatriz Ribeiro Soares.

Mapa:
 Localização dos serviços financeiros no bairro centro.

Data: Março de 2013
Escala: 1:14256
Fonte: Base cartográfica da Prefeitura Municipal de Uberlândia, 2013.

Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Apesar de não serem um serviço típico de áreas centrais, no Bairro Centro de Uberlândia os serviços educacionais ocupam posição de destaque. Para melhor compreender a distribuição do setor na região, subdividimo-lo da seguinte forma: educação infantil, fundamental, média e cursos preparatórios para vestibular; educação superior; educação profissional; escolas de idiomas; escolas de dança, esportes e musicais; e autoescolas.

Embora encontremos serviços educacionais em todos os setores do Bairro Centro, existe uma concentração em toda a extensão da Avenida João Pinheiro, local onde há unidades da maioria dos subsegmentos anteriores.

O segmento de educação infantil, fundamental, média e cursos preparatórios para vestibular encontra-se distribuído por todo o bairro, atendendo tanto a população que reside na área central como a de outras regiões, possibilitando inclusive a conciliação entre o local de trabalho dos pais e o de estudos dos filhos.

Dentre as escolas infantis podemos destacar a Pirlim Pimpim, com um grande complexo instalado na Avenida Cesário Alvim - oferecendo ensino fundamental e médio - e o Colégio Universitário, do ensino privado; e as referências do ensino público da cidade, as escolas Bueno Brandão e Coronel Carneiro.

Quanto à educação superior, as unidades localizadas no bairro são o CETEC – Centro de Educação Tecnológica, Passo 1 Pós-Graduação, UNOPAR – Universidade do Norte do Paraná e a Universidade Cruzeiro do Sul, todas funcionando como bases de cursos ofertados na modalidade de ensino a distância – EAD, além da Faculdade do Trabalho, que oferece cursos presenciais.

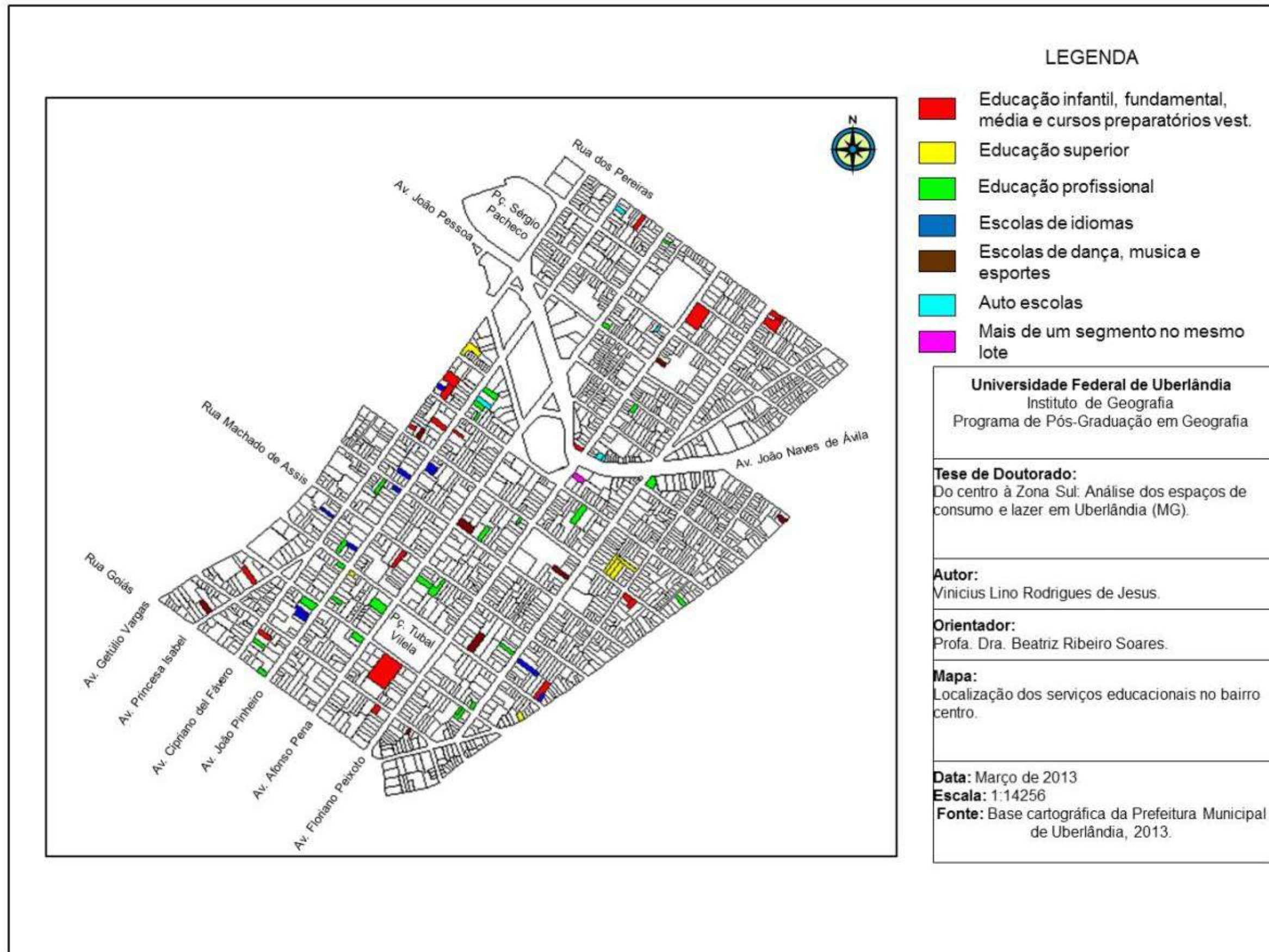
A presença desses dois segmentos tem uma série de impactos no bairro, primeiro pelo fluxo de pessoas que os utilizam nos três períodos do dia, gerando influência tanto na microeconomia de seu entorno (lanchonetes, estacionamento,

fotocópias etc), como no trânsito, já que nos horários de entrada e saída de alunos há concentração maior no fluxo de veículos. Entretanto, o impacto mais importante é a presença da população jovem no bairro, que cria vínculos com o local.

A educação profissional tem maior destaque no bairro, já que é onde está concentrada a maior parte da oferta de cursos deste segmento na cidade. Encontramos cursos dos mais variados setores da economia, voltados para a capacitação profissional. Existe um claro agrupamento dessas escolas entre as Avenidas Cesário Alvim e Cipriano del Fávoro, beneficiando-se das facilidades de acesso por meio de transporte público à área central da cidade.

Concentradas na Avenida João Pinheiro, as escolas de idiomas foram as pioneiras a ocupar este setor do bairro. Encontramos na região escolas tradicionais como Cultura Inglesa, CCAA e Wizard. Também verificamos a presença de escolas de dança, musicais e de esportes, em especial artes marciais, espalhadas pelo bairro, bem como algumas autoescolas. Toda essa oferta de cursos complementares acaba fortalecendo a presença do fluxo de pessoas jovens na região, dia e noite, gerando impacto positivo para a atividade comercial da região.

Mapa 26 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços educacionais no Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Outro segmento que se destaca no bairro é o de serviços e lojas relacionados à estética e beleza. Foram incluídas lojas de rua nesta análise por haver uma relação maior com esses serviços do que com outros tipos de comércio. Assim, optou-se por dividir o segmento nos seguintes grupos: salões de beleza, cabeleireiros e barbeiros; clínicas de estética, *spa* e depilação; lojas de perfumaria e cosméticos; e academias de ginástica e Pilates.

Os salões de beleza, cabeleireiros e barbeiros estão presentes em todo o bairro, com uma concentração maior nas áreas mais afastadas do núcleo principal de comércio e mais próximo das áreas de uso predominantemente residencial.

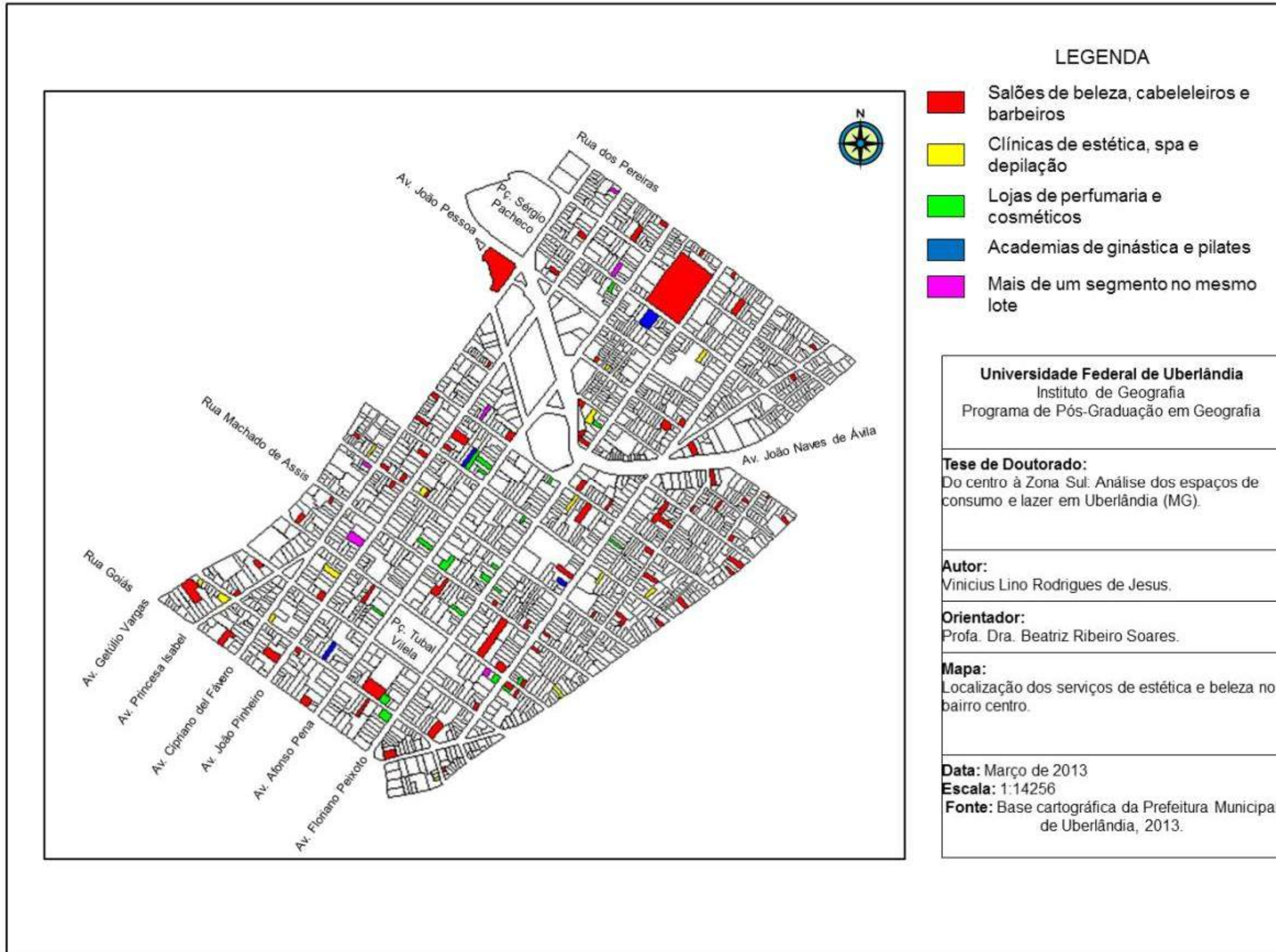
Nesse segmento temos três tipologias distintas: uma de salões de médio e grande porte, que oferecem serviços diferenciados e personalizados e conseqüentemente mais caros - alguns inclusive possuem filiais pela cidade, como é o caso da D'arc Cabeleireiros. Estão concentrados entre as Avenidas João Pinheiro e Getúlio Vargas e normalmente ocupando edificações inteiras. Outra tipologia é a de pequenos salões, distribuídos por todo o bairro e oferecendo uma gama menor de serviços a valores mais acessíveis. Ocupam pequenas salas comerciais ou partes de edificações. O terceiro tipo são os autônomos, compostos principalmente de manicures e pedicures que utilizam um cômodo da própria residência para atender seus clientes, em sua maioria residentes na vizinhança, concentrados principalmente na zona mais residencial localizada entre as Avenidas Cesário Alvim e Rio Branco.

Já as lojas de perfumaria e cosméticos encontram-se nas Avenidas Floriano Peixoto e Afonso Pena. Uma rede, a Cristal Perfumaria e Cosméticos, possui quatro lojas de grande porte nessas vias. Encontramos também empresas especializadas

na venda de produtos profissionais destinados a atender os prestadores de serviços do segmento de estética e beleza.

Há presença de clínicas de estética, *spa* e depilação, bem como academias de ginástica e Pilates, no bairro como um todo. Embora em menor número que os demais subsegmentos, formam um grupo de serviços que atuam em complemento ao segmento de saúde existente na região.

Mapa 27 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços e lojas de estética e beleza no Bairro Centro - 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Destacamos também o segmento de serviços profissionais liberais e consultoria, que foi subdividido nos seguintes grupos: escritórios de advocacia; escritórios de contabilidade; escritórios de arquitetura, decoração e engenharia; e empresas de consultoria.

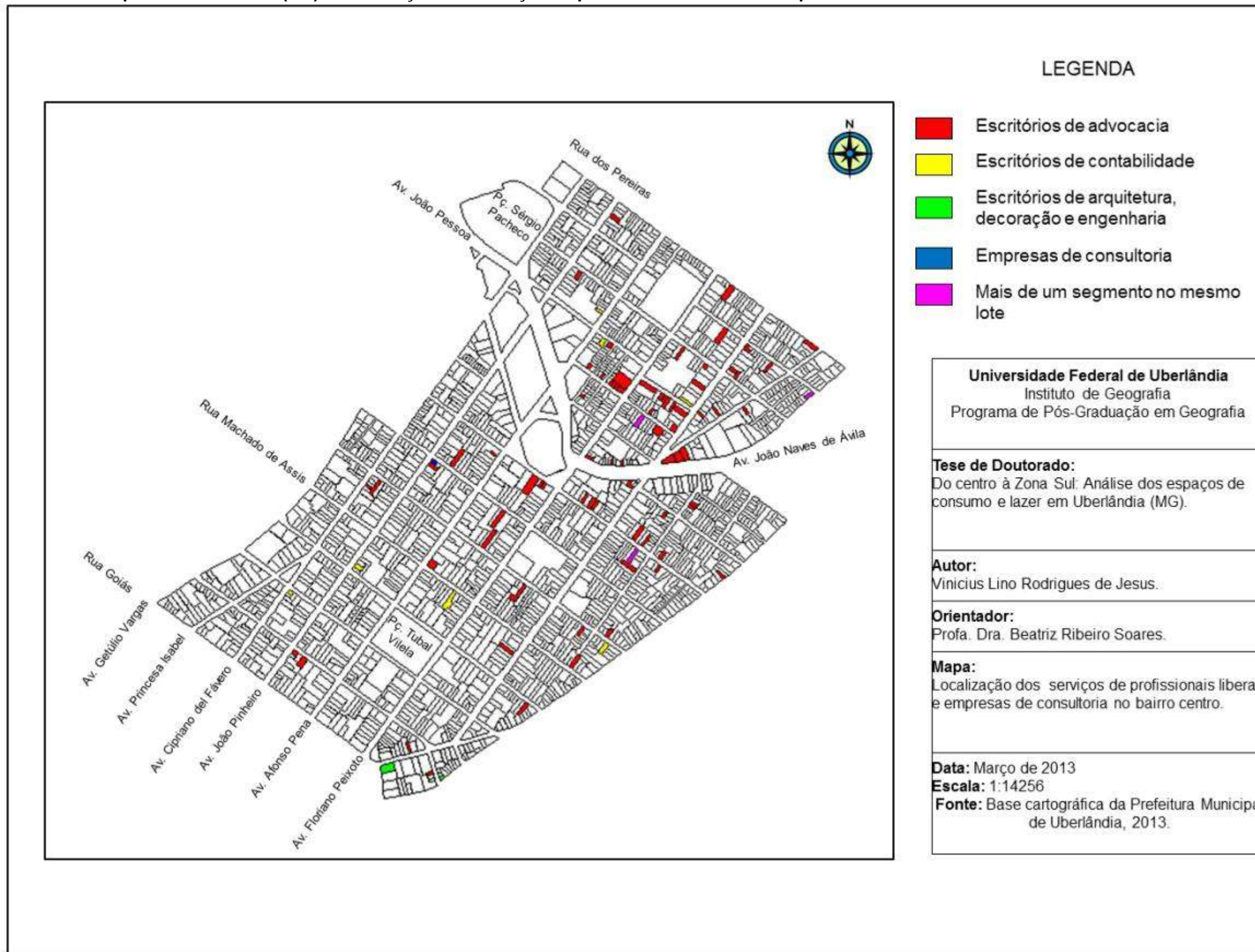
A maioria absoluta das empresas deste segmento, localizadas no Bairro Centro, é composta por escritórios de advocacia. Estão concentradas em dois setores, um no entorno dos principais órgãos públicos da Justiça localizados no bairro, como o Fórum Estadual de Justiça, o Juizado Especial e a Vara da Fazenda Pública e Autarquias, e outro entre as Avenidas Cesário Alvim e Rio Branco.

Podemos destacar três tipologias de escritórios: os de médio e grande porte que ocupam edificações inteiras; os de pequeno porte instalados em salas comerciais; e aqueles que ocupam partes de edificações residenciais, próprias ou de terceiros.

Conforme tratado anteriormente, o segmento poderá sofrer alterações com a saída desses órgãos públicos da região central após a inauguração de nova sede própria da Justiça Estadual na Avenida Rondon Pacheco, no setor leste da cidade.

Já os demais subsegmentos não são tão representativos no bairro, com presença maior dos escritórios de contabilidade, dispersos pelos diversos setores.

Mapa 28 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços de profissionais liberais e empresas de consultoria no Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Dentre os serviços classificados como “outros”, é importante destacar alguns segmentos específicos para melhor compreender a dinâmica do bairro. Dentre eles, o de lazer e turismo, que pode ser subdividido nas seguintes categorias: agências e operadores de viagens; hotéis e *flats*; e clubes sociais, empresas de lazer e eventos.

Com relação ao primeiro subsegmento, o de agências e operadores de viagens, podemos afirmar que o bairro é um polo referência no setor para a cidade. Tradicionais agências de viagens estão concentradas na Avenida Cesário Alvim e nas ruas transversais do entorno, tais como a Tam Viagens, Meridianos Turismo e Bel Tur. O agrupamento favorece a criação de uma identidade para o segmento no bairro, assim como ocorre no caso do segmento de saúde.

O setor de hotelaria se concentra nas Avenidas Cesário Alvim e João Naves de Ávila e no entorno da Praça Tubal Vilela. De forma geral é uma hotelaria antiga, com estabelecimentos de médio e pequeno porte de gestão familiar. Há exceções, como o Hotel Presidente, um dos mais tradicionais da cidade, que após passar por um processo de *retrofit*, foi incorporado pela Brasil Hospitality Group, detentora do licenciamento dos Hotéis Golden Tulip no Brasil. Também podemos citar o Regente Apart Hotel, construído em meados dos anos 2000, no local onde ficava o antigo Cine Regente, como um empreendimento diferenciado dos demais, uma vez que foi projetado já no modelo da hotelaria atual.

Os outros hotéis de médio porte e de gestão familiar localizados na região são: o América Palace Hotel, Hotel Montblanc, Hotel Marajó, Hotel Universo e Phoenix Flat. Também encontramos hotéis de pequeno porte e mais simples, como o Hotel da Praça, o Itamaraty, o Eldorado e o Families.

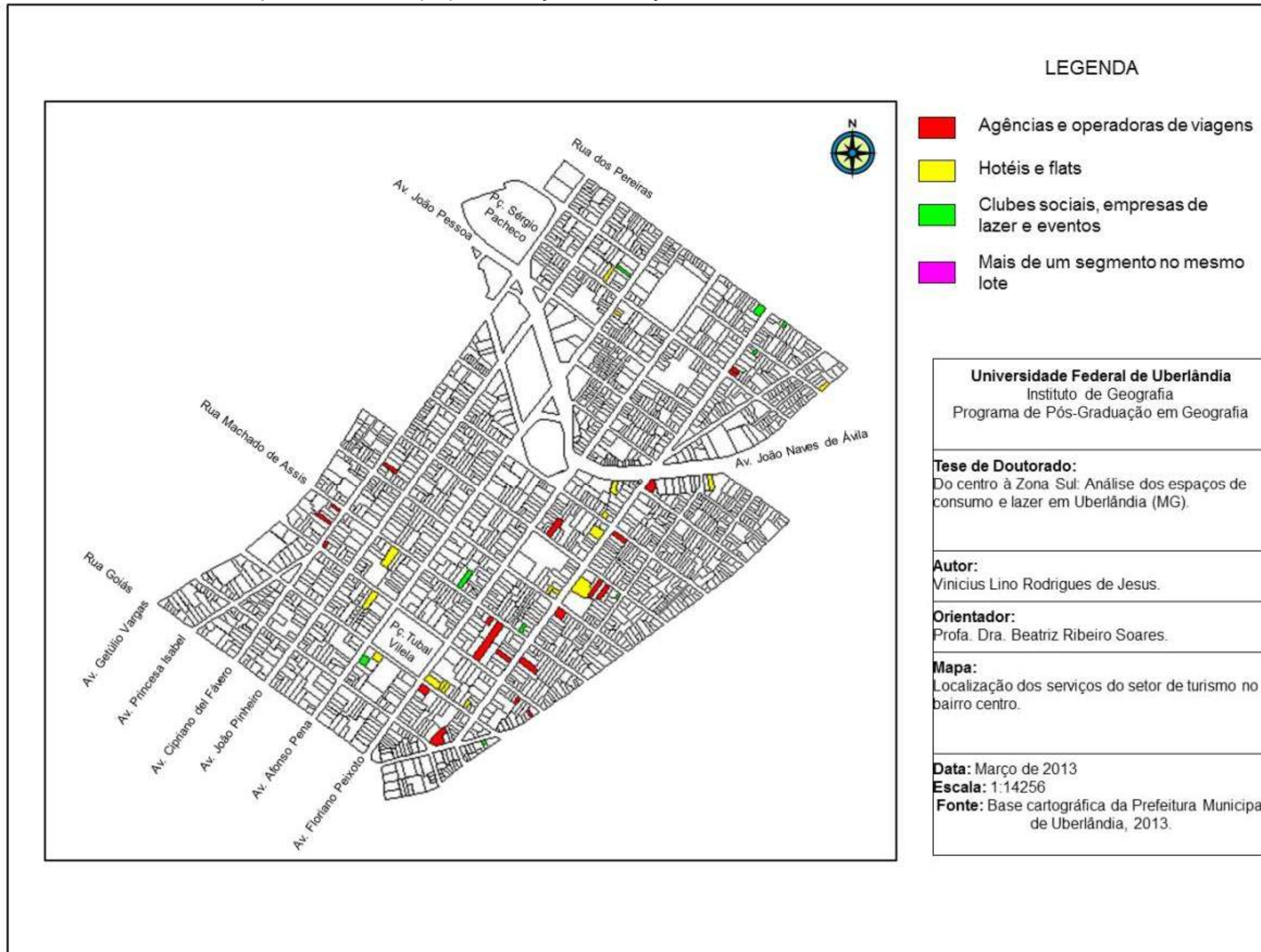
Quanto aos clubes sociais, temos o Uberlândia Clube, bem tombado como patrimônio histórico municipal, exemplo da arquitetura moderna que se desenvolve

na cidade entre a década de 1950 e 1980 e palco das principais atividades sociais da elite do período. Atualmente é alugado para a realização de eventos diversos e abriga no seu térreo, além das lojas, outro importante espaço de lazer na cidade, o Teatro Municipal Rondon Pacheco.

A decoração do edifício é minuciosa, com grande variedade de materiais e acessórios, possuindo, no entanto, uma forte e agradável unidade estilística. Chama a atenção, sobretudo, a decoração do salão nobre em tons de azul e branco com detalhes que se espalham pelos pilares, em um interessante jogo com o forro rebaixado em gesso, trabalhado também nas mesmas cores, com sancas que escondem a luz indireta, também presente em outros espaços. Tanto no projeto arquitetônico quanto nos detalhes da decoração ficam evidenciados os propósitos de uma representação da modernidade e sofisticação pelas quais a elite de Uberlândia ansiava. O Clube ainda conserva um acervo original de mobiliário, luminárias e adornos da época de sua inauguração, sendo uma importante referência da arquitetura e da ambientação dos anos 1960, bem como da própria sociedade local (PREFEITURA MUNICIPAL DE UBERLÂNDIA, 2013).

Outra sede social localizada na região é o edifício da Sociedade Médica de Uberlândia, que também é alugado para eventos diversos, além dos usos destinados aos sócios. Encontramos ainda escritórios de alguns clubes campestres localizados em áreas mais afastadas da zona central da cidade, bem como de empresas organizadoras de eventos.

Mapa 29 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços do setor de turismo no Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Mais um segmento que merece ser destacado na categoria “outros serviços” é aquele relacionado aos serviços automotivos, característico da zona periférica do centro, mas que no caso de Uberlândia ainda tem forte presença no Bairro Centro.

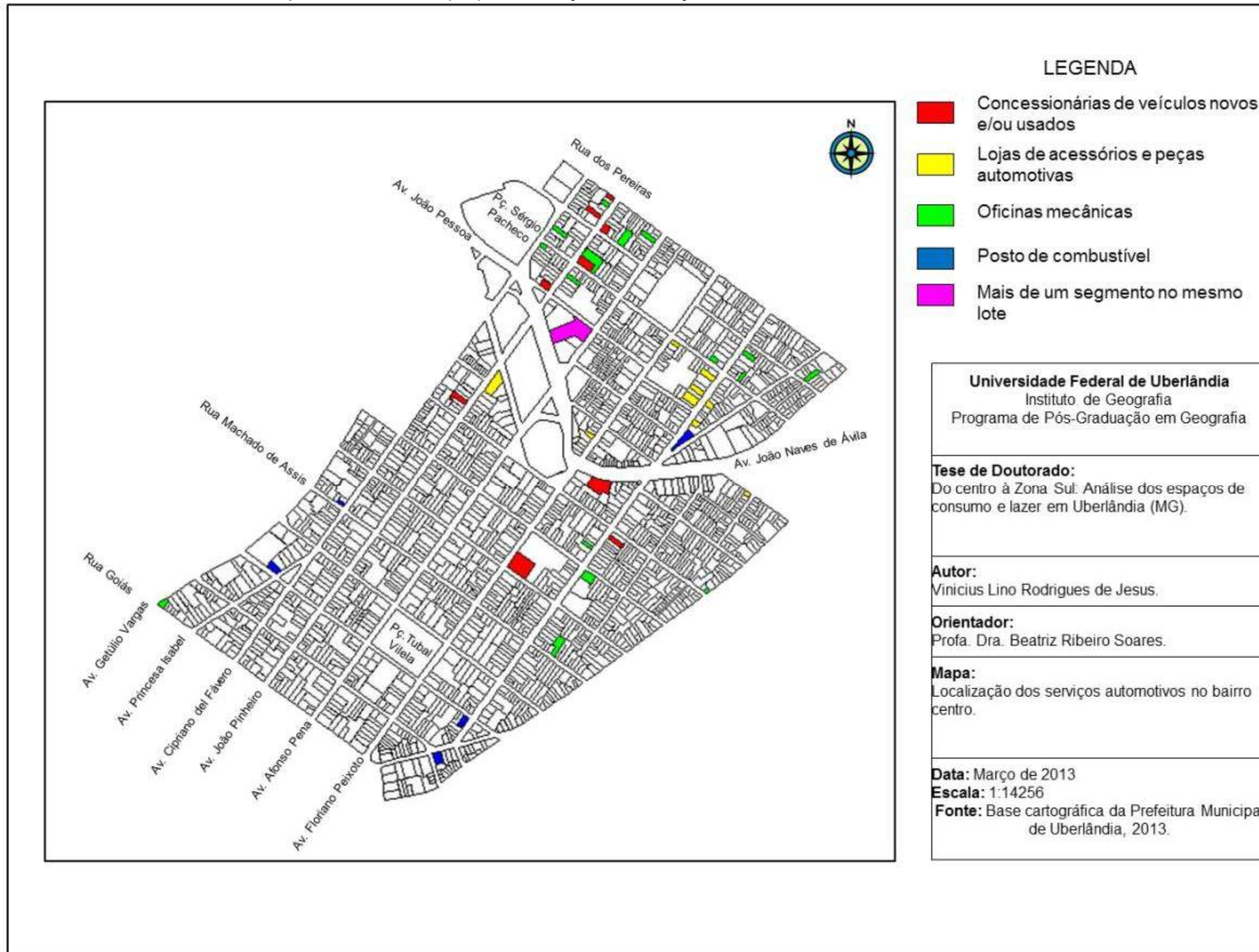
Incluímos também algumas lojas do segmento, subdividindo-o nas seguintes categorias: concessionárias de veículos novos e/ou usados; acessórios e peças automotivas; oficinas mecânicas; e postos de combustível.

De modo geral a maior concentração de seus serviços e lojas está nos setores III e IV do bairro, entre a Avenida João Naves de Ávila e a Rua dos Pereiras. A exceção se dá com as concessionárias de veículos novos, agrupadas no setor V do bairro, entre as Avenidas Cesário Alvim e Floriano Peixoto, onde temos a concessionária de automóveis Ford e as de motocicletas Yamaha e Iros Motos. Já as de veículos usados encontram-se no setor III, em especial na Avenida João Pinheiro.

Quanto ao subsegmento de acessórios e peças automotivas, concentra-se nos setores III e IV e é composto em grande parte por lojas de acessórios estéticos para veículos, como som, rodas etc. As oficinas também estão neste setor.

Já os postos de abastecimento estão localizados em sua maioria nas extremidades do bairro, em total de cinco, todos antigos, uma vez que não se pode mais construir esse tipo de estabelecimento no bairro.

Mapa 30 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços automotivos no Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

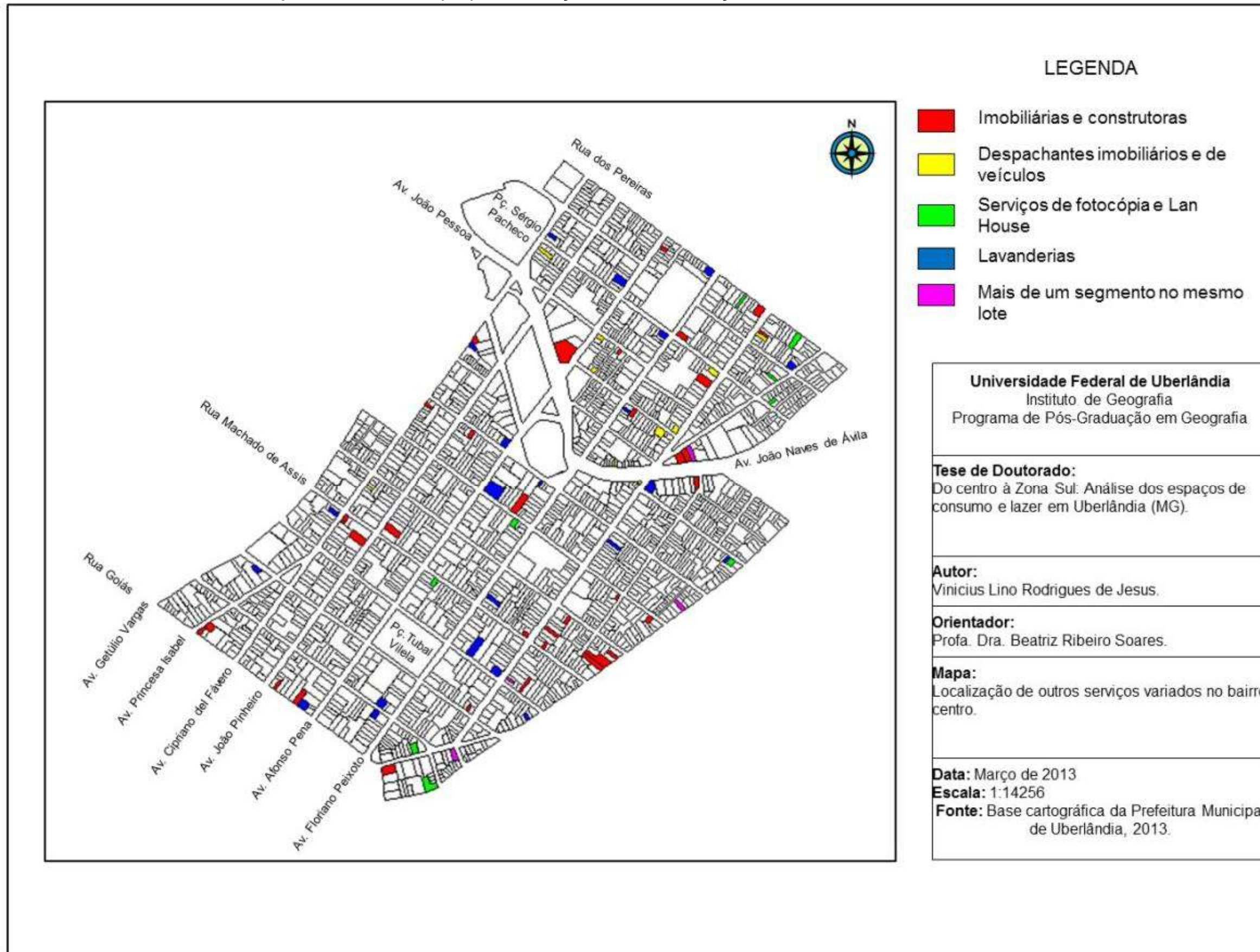
Ainda em relação aos outros serviços apresentamos um último grupo que, embora não predominante, ainda possui presença marcante no bairro, com: imobiliárias e construtoras, serviços de despachantes imobiliários e de veículos, serviços de fotocópia e *lan houses*, e lavanderias.

Encontramos diversas imobiliárias na região, em sua maioria nas bordas do bairro, dentre as quais podemos destacar empresas tradicionais como Multi, Delta, Ipanema e H&L imóveis. Além delas a região abriga a sede e estandes de vendas de algumas construtoras. Já os serviços de despachantes estão localizados nas proximidades do Cartório do 1º Ofício de Notas.

Os serviços de fotocópias estão dispersos pelo bairro, atendendo tanto o setor de escritórios da região como a demanda de estudantes dos diversos segmentos educacionais ali presentes, oferecendo também itens especializados como plotagem e elaboração de pequenos serviços gráficos.

Quanto às lavanderias, embora menos significativas, concentram-se entre as Avenidas Afonso Pena e Rio Branco e atendem tanto o setor de hotelaria local como os moradores do bairro.

Mapa 31 – Uberlândia (MG) - Localização de outros serviços variados no Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

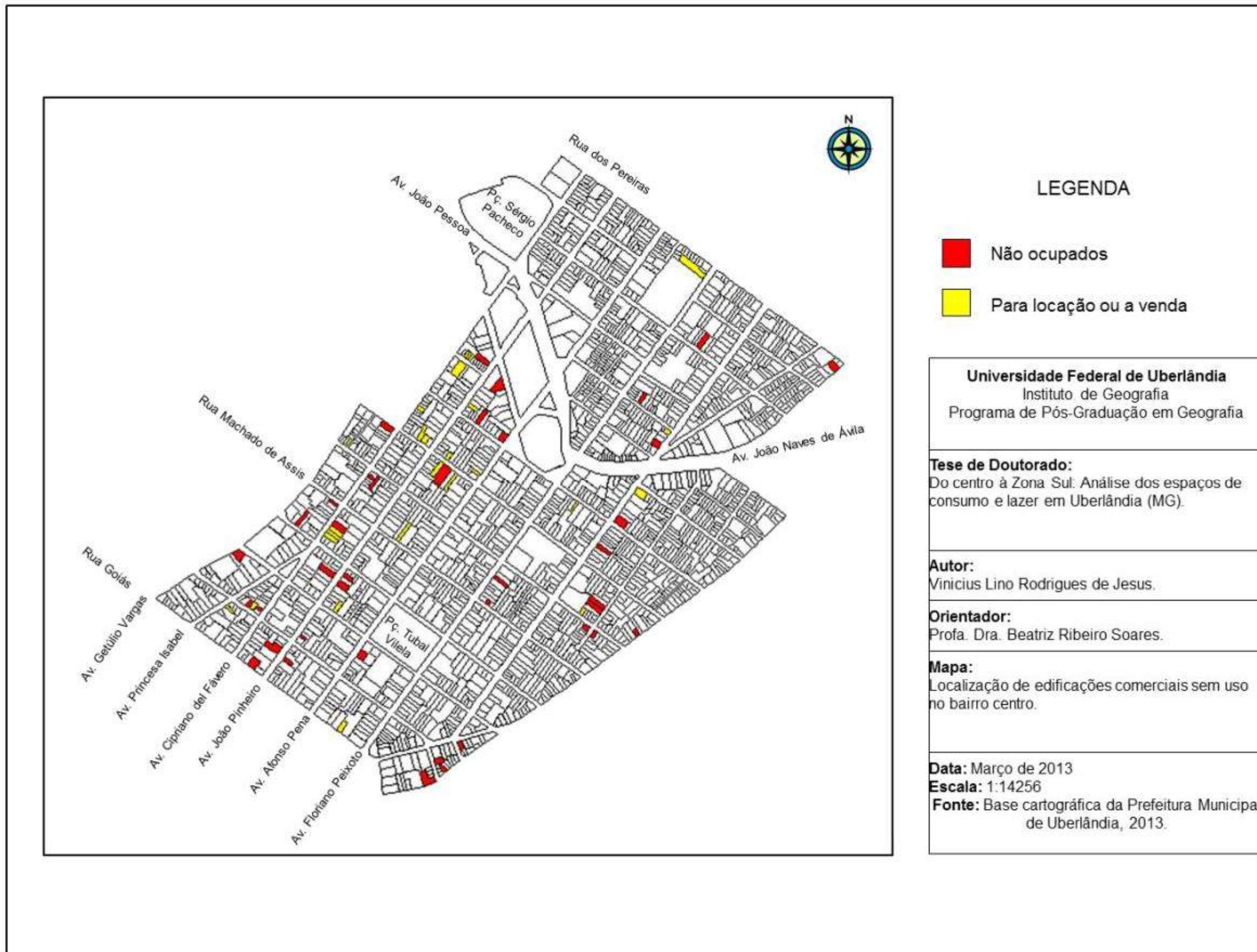
A seguir apresentamos o mapa com os imóveis que na data do levantamento se encontravam sem uso. Estes foram separados em dois grupos: aqueles que estavam vazios e os que estavam à venda e/ou para locação.

A maioria dos imóveis nesta condição estava em dois setores distintos: o primeiro e com maior número, na área compreendida entre as Avenidas Afonso Pena e Getúlio Vargas e o segundo, entre as Avenidas Floriano Peixoto e Rio Branco. É interessante notar que entre as Avenidas Afonso Pena e Floriano Peixoto, onde se encontra a principal concentração da atividade comercial do bairro, existiam apenas três imóveis sem uso, mostrando a vitalidade deste setor do bairro.

Acredita-se que o grande número de imóveis sem uso pode ocorrer em função de três fatores principais que, juntos ou isolados, podem contribuir para essa realidade. Entretanto, a situação apresentada no mapa a seguir é apenas uma fotografia do período em que foi realizado o levantamento, sendo necessário realizar novos levantamentos com certa periodicidade para verificar se são válidos ou não. O primeiro fator seria a rápida mudança de zona de uso misto, residencial e comercial, para uso exclusivamente comercial; o segundo seria a própria alteração do uso comercial do setor, que estaria diminuindo o uso de lojas de rua e aumentando o de serviços; e o terceiro fator se dá pelo desinteresse do uso comercial da região, que poderia apontar uma decadência das atividades de serviços e comércio no local.

Mais um fator que poderia ser levado em consideração, embora necessite de uma análise mais profunda, é que a recente valorização dos imóveis em geral na cidade e especificamente no Bairro Centro tem levado à readequação dos usos, algo como uma gentrificação do setor comercial, expulsando usos menos nobres para dar lugar a outros mais valorizados, movimento este que ocorre de forma lenta e por isso justificaria o alto número de imóveis disponíveis.

Mapa 32 – Uberlândia (MG) - Localização dos imóveis sem uso no Bairro Centro – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

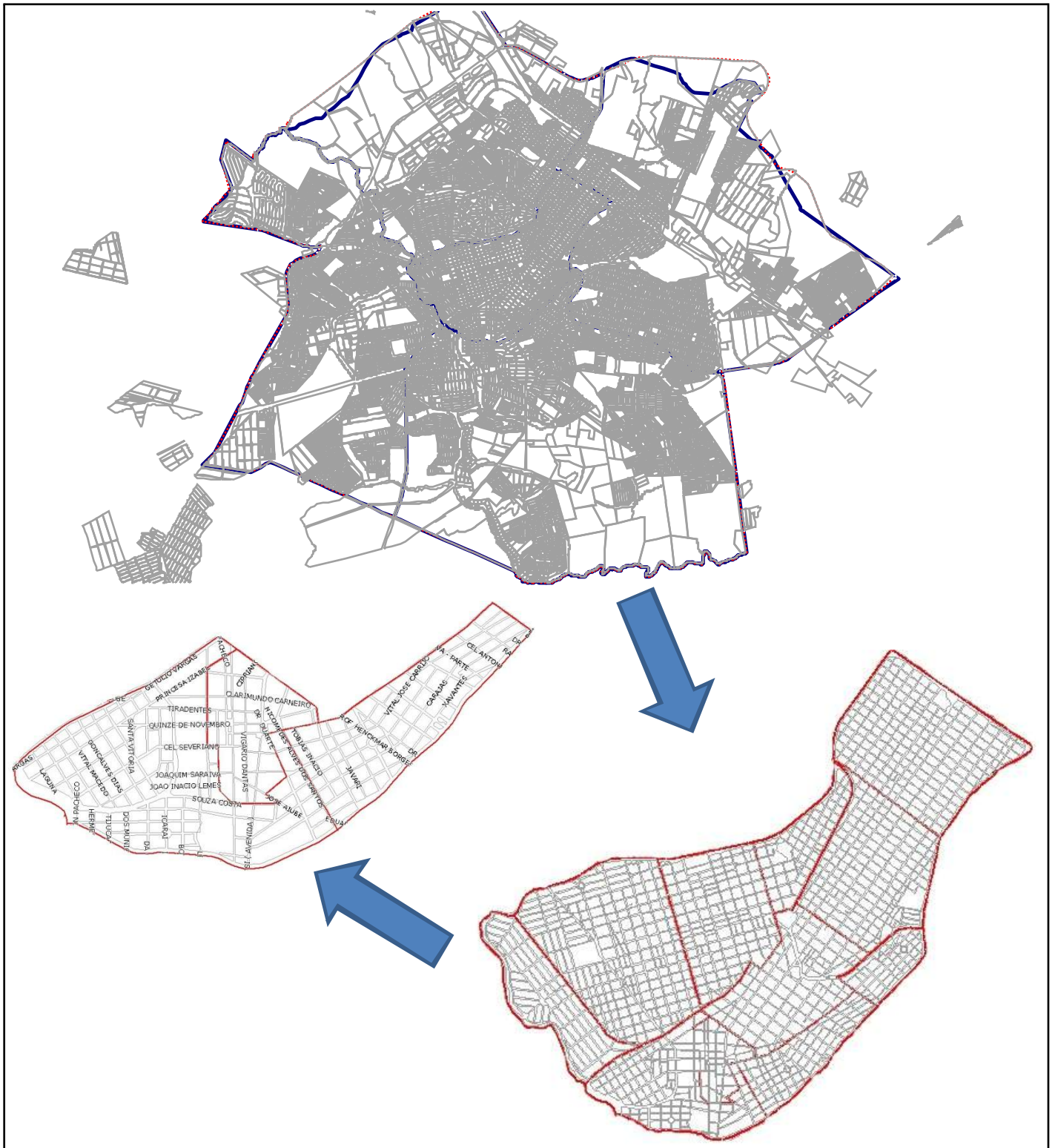
CAPÍTULO 4 – O ENTORNO DO BAIRRO CENTRO

4.1 INTRODUÇÃO

Os Bairros Fundinho, Lídice e Tabajaras fazem parte do setor centro da cidade, composto por um total de 11 bairros. Dos três, o que tem maior dimensão é o Tabajaras, com uma área de 1,23 km², e o menor, o Fundinho, com apenas 0,38 km². Entretanto, quando olhamos o número de domicílios total, a situação se inverte, com o Fundinho sendo o bairro mais densamente povoado e o Tabajaras, aquele com a menor taxa.

Quanto às características demográficas, o bairro com maior população é o Tabajaras, seguido do Lídice e do Fundinho, totalizando 13.723 moradores, segundo os dados do censo de 2010 do IBGE. Quando olhamos a distribuição em relação à faixa etária, verificamos que os três bairros possuem características similares às do Bairro Centro analisado anteriormente, com aproximadamente metade dos habitantes com até 39 anos e a outra metade, acima dos 40 anos. O Fundinho tem a menor porcentagem de população mais jovem, com apenas 46% da população abaixo dos 39 anos, e o Tabajaras, a maior, com 52,14% da população.

Figura 26 – Localização dos Bairros Fundinho, Lídice e Tabajaras na cidade de Uberlândia



Fonte: Secretaria de Planejamento Urbano de Uberlândia – PMU – 2010.

O Fundinho é o bairro fundacional da cidade. É a partir dele que se inicia a fixação dos primeiros colonos. Durante os finais do século XIX e início do século XX foi onde se desenvolveu toda a atividade comercial e institucional do município. Por ser um bairro de origem espontânea, possui quadras irregulares e vias de dimensão reduzida, pouco adequadas às necessidades de circulação dos dias atuais.

A divisão dos lotes também é bastante irregular, não sendo incomum encontrar lotes com menos de 200 m², tamanho que inclusive não é permitido pela atual Lei de Uso e Ocupação do Solo. Muitas construções não possuem afastamento frontal, ocupando em alguns casos a totalidade do lote, além de haver calçadas bem estreitas e irregulares, sendo que em alguns casos as dimensões são inferiores a 1 metro e ainda há equipamentos públicos, como placas de sinalização e postes de iluminação, dificultando bastante o fluxo de pedestres pelo bairro.

Já os Bairros Lídice e Tabajaras surgem na primeira fase de expansão da cidade em direção ao Córrego São Pedro e ocupam a encosta do vale que ali se forma. Possuem um traçado mais organizado, com algumas quadras regulares e outras que se adaptam à topografia local, e lotes também de dimensões variáveis. Quanto ao traçado viário, embora não haja vias de grandes dimensões, é mais adequado à realidade atual, com diversas vias de mão dupla ou com duas faixas de circulação, mais uma faixa de estacionamento.

4.2 USO E OCUPAÇÃO DO SOLO E ESTRUTURA COMERCIAL NO ENTORNO DO BAIRRO CENTRO

Assim como no Bairro Centro, para compreender a situação atual do uso e ocupação do solo no Fundinho, Lídice e Tabajaras foi realizado um levantamento *in*

loco de todos os lotes dos três locais, com o objetivo de conhecer a realidade de cada um²⁴.

Entretanto, para a finalidade do trabalho, apenas foi utilizada uma fração do levantamento do Bairro Tabajaras, uma vez que se trata de uma região de grande dimensão, com a maior parte destinada ainda ao uso residencial. Desta forma, utilizou-se somente aquele trecho que está inserido entre o Fundinho e o Lídice e possui características complementares a esse setor.

4.2.1 Uso e ocupação do solo no Fundinho

Ao verificar as características do uso e ocupação do solo no Fundinho observa-se a importante presença da função residencial que, embora venha cedendo lugar ao uso comercial e de serviços nos últimos anos, ainda é a predominante, particularmente no que diz respeito à verticalização.

Destaca-se ainda a existência de dois setores bem distintos, com característica de uso e ocupação do solo que foram denominados por Oliveira (1998) como “parte baixa” e “parte alta”, sendo que a primeira parte inicia-se na Rua XV de Novembro e se entende no sentido sul até a Rua Bernardino da Fonseca e a segunda compreende o setor que vai da Rua XV de Novembro e se entende no sentido norte até as Ruas Goiás e Princesa Isabel.

O uso de comércio e serviços tem presença mais forte na parte alta, enquanto a parte baixa concentra a função residencial. Entretanto não é possível afirmar que a maioria da população reside na parte baixa, uma vez que a alta passou, a partir da

²⁴ O primeiro levantamento realizado foi do Bairro Fundinho, no período de setembro e novembro de 2010. Já o segundo foi o do Bairro Lídice, realizado entre janeiro e março de 2011 e, por fim, o do Bairro Tabajaras, no período de abril de 2011.

década de 1980, por importante processo de verticalização e hoje conta com grande número de condomínios verticais de médio e grande porte.

Do ponto de vista da malha urbana, algumas características negativas presentes no Bairro Centro, apontadas no capítulo anterior, repetem-se no Fundinho, até mesmo de forma mais exacerbada, como no caso das calçadas e vias de circulação estreitas e, em alguns casos, até mesmo inapropriado e pouco convidativo para as pessoas com mobilidade reduzida.

A situação é mais evidente nos trechos compreendidos entre as Ruas Bernardo Guimarães e Bernadinho Fonseca, no sentido norte/sul, e entre as Ruas Silva Jardim e General Osório, no sentido leste/oeste. Neste setor, que engloba aproximadamente 70% do bairro, além do tamanho reduzido das vias de circulação e calçadas, muitas edificações foram construídas sem afastamento nenhum, prejudicando bastante a visão de condutores de veículos automotores no cruzamento das vias, que neste trecho quase não possuem semáforos.

As vias possuem na sua maioria capacidade para apenas duas faixas de rolamento, sendo que em alguns casos são utilizadas ambas para os veículos motorizados, como na Rua XV de Novembro, e em outras situações há apenas uma faixa destinada aos veículos motorizados e outra a vagas de estacionamento.

Além disto, verificamos que em alguns pontos, em especial na parte alta, utilizam-se indiscriminadamente ambos os lados das vias como estacionamento, dificultando bastante a circulação e até mesmo impossibilitando a passagem de veículos de maior porte - situação esta que se agrava devido à falta de sinalização em muitas vias, quer seja a aérea ou na própria pavimentação, não sendo incomum encontrar veículos automotores estacionados nos dois lados da rua, de acordo com a conveniência do condutor.

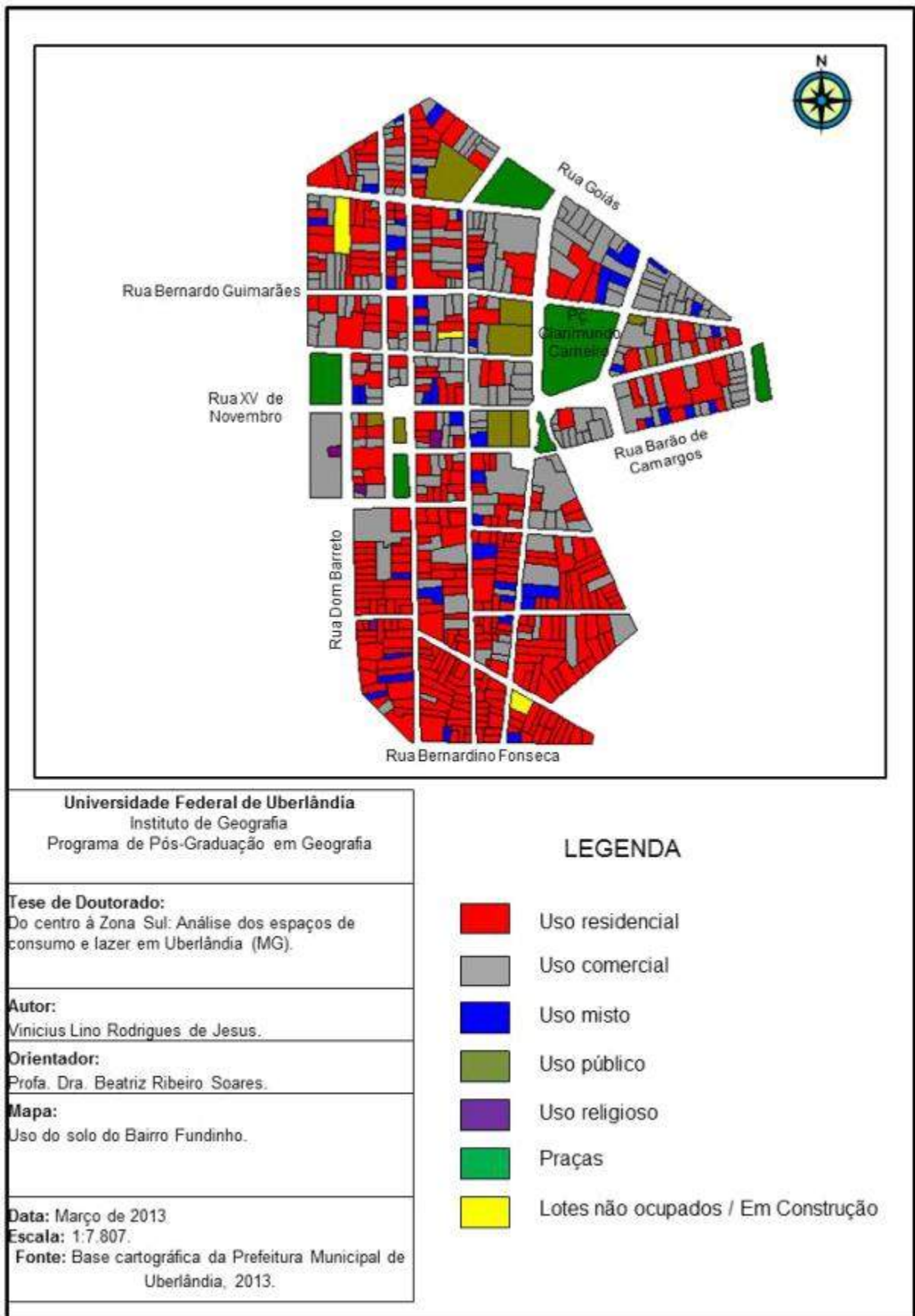
Foto 35 – Uberlândia (MG) – Exemplo de calçada inadequada ao uso de pedestres – 2013



Fonte: JESUS, V.L.R, 2013.

Quanto aos espaços públicos, é a área com maior número de praças na cidade, todas bem cuidadas e utilizadas pela população local ou flutuante. Muitas delas abrigam diversos eventos durante todo o ano.

Mapa 33 – Uberlândia (MG) - Uso do solo no Bairro Fundinho – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Em relação ao uso residencial e misto verificamos que o Fundinho passou por uma importante transformação nas últimas décadas. Nos anos 1970 inicia o processo de verticalização de condomínios residenciais na região, o qual se intensifica nas décadas de 1980 e 1990 (ATTUX, 2001, p. 99), com destaque para os empreendimentos localizados na parte alta do bairro.

Esse processo ocorre de forma acentuada principalmente devido aos índices urbanísticos bastantes permissivos existentes no Fundinho, similares ao do Bairro Centro, o mais elevado da cidade. A Lei 5.013/89, que dispõe sobre o uso e ocupação do solo, reafirma a tendência de altos índices urbanísticos, permitindo um coeficiente de aproveitamento de até quatro vezes o tamanho da área do lote e uma taxa de ocupação de até 70% do lote nas três zonas distintas que passavam pelo bairro: a Zona 9, Zona 5 e Zona Coletora.

Somente no ano de 2000, com a promulgação da nova Lei de Uso e Ocupação do Solo, a Lei 245/00, o Fundinho ganhou uma atenção diferenciada em função de sua importância histórica na cidade.

A nova lei alterou os limites de uso e ocupação do solo do bairro e determinou um novo zoneamento, em função do qual todo o bairro passou a ser chamado de Zona Especial de Revitalização-ZER, reconhecendo-se assim a importância da preservação de algumas características tradicionais do local e buscando evitar a completa substituição das edificações mais antigas pelos edifícios modernos que ali estavam sendo construídos.

Embora a nova lei tenha reduzido o coeficiente de aproveitamento do solo de 4 para 1,5 e a taxa de ocupação para 60% do total do lote, ainda assim seria possível construir edificações de maior porte, desde que houvesse lotes de grande

dimensões. Entretanto, a própria lei criou dificuldades para o remembramento²⁵ dos lotes, dificultando assim a continuidade do processo de verticalização no bairro, o que de fato ocorreu nos anos seguintes com a quase estagnação no lançamento de novos empreendimentos de condomínios verticais.

Com a atualização da legislação de uso e ocupação do solo no ano de 2011, por meio da Lei 525/11, o Poder Público busca consolidar a ZER, alterando novamente seus índices urbanísticos, desta vez mantendo o coeficiente de aproveitamento do solo em 1,5 e aumentando a taxa de ocupação para 70% do lote; todavia, restringe o gabarito máximo das edificações em 10 metros, o que afasta de vez a possibilidade de construção de novos condomínios verticais de médio e grande porte, limitando as edificações a terem no máximo quatro pavimentos, se respeitadas todas as ressalvas contidas na citada legislação.

Como resultado desse processo, verificamos que a substituição de antigas residências térreas por edificações de maior porte foi uma prática recorrente principalmente na parte alta do bairro. Grande parte desses edifícios é composta por apartamentos de alto padrão, voltados para as classes mais abastadas da cidade.

Dentre estes destacamos obras construídas na primeira fase de verticalização, que se inicia nos anos 1970, como o Gabriela Pacheco e o Antônio Luiz Bastos, ambos situados à Rua Bernardo Guimarães, em frente à Praça Clarimundo Carneiro; e aqueles da fase de consolidação do processo de verticalização, nos anos 1980 e 1990, como os edifícios Inhazinha Vilela na Rua Teixeira Santana e o José Cupertino na Rua Bernardo Guimarães.

²⁵ Conforme o inciso II do § 4º do Art. 49 da respectiva lei que diz: “Para a Zona Especial de Revitalização, todos os lotes localizados nas zonas contíguas à ZER e que possuam alinhamento para a via de divisa entre a ZER e essas zonas, terão o regime urbanísticos da ZER; no remembramento de lotes deverá ser obedecido o regime urbanístico dos lotes originais”.

Já dentre os erguidos após os anos 2000, quando há uma redução drástica nas construções desse tipo em função dos fatores citados anteriormente, podemos citar o Mont Rouge, à Rua Vigário Dantas, como o último condomínio vertical de grande porte construído no bairro.

Também encontramos na parte alta tanto edifícios de pequeno porte de até quatro pavimentos, como mais simples, com apartamentos de dimensões menores. Dentre os da primeira tipologia há o Áurea, na Rua Bernardo Guimarães. Já nos da segunda tipologia podemos citar os edifícios Denver, localizado também à Rua Bernardo Guimarães; e Verona, na Rua XV de Novembro.

Foto 36 – Uberlândia (MG) – Fachada do edifício Verona – 2013



Fonte: JESUS, V.L.R, 2013.

Ainda em relação à parte alta verificamos que as residências unifamiliares da região são compostas basicamente por dois tipos de construções: aquelas mais antigas, da primeira metade do século XX, com forte influência dos estilos arquitetônicos eclético e *art deco*, cujos moradores são em sua maioria de famílias tradicionais que ocupam o imóvel desde sua construção, ou há muitos anos; e por

residências da segunda metade do século XX, em geral até finais dos anos 1980, em construções que substituíram outras mais antigas, muitas das quais com influência da arquitetura modernista.

Nos últimos anos verifica-se a tendência de essas moradias se tornarem comerciais à medida que os moradores originais perdem o interesse por manter a residência na região, quer seja por fatores de sucessão familiar ou pela redução do número de integrantes do núcleo familiar (falecimento do cônjuge, filhos que vão morar fora), o que torna pouco atrativo o fato de se manter a edificação com função residencial.

Já na parte baixa, o uso residencial ainda é o predominante. Nesse setor o processo de verticalização foi significativamente menos intenso que na parte alta, com exceção dos empreendimentos de maior porte e de luxo localizados no entorno da Praça Cícero Macedo, tais como os edifícios Nazira R. Simão e Mondrian.

A maioria dos demais condomínios verticais existentes nessa parte do bairro é composta por edifícios de até quatro pavimentos, voltados para os setores de classe média da população. Verificamos a maior presença de residências unifamiliares, com maior número de moradias mais antigas que no outro setor (embora não necessariamente mais bem preservadas) e com alguns núcleos com predominância de uma população de renda mais baixa que ainda reside no bairro, em casas bastante simples.

Foto 37 – Uberlândia (MG) – Residências simples no Bairro Fundinho - 2013



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

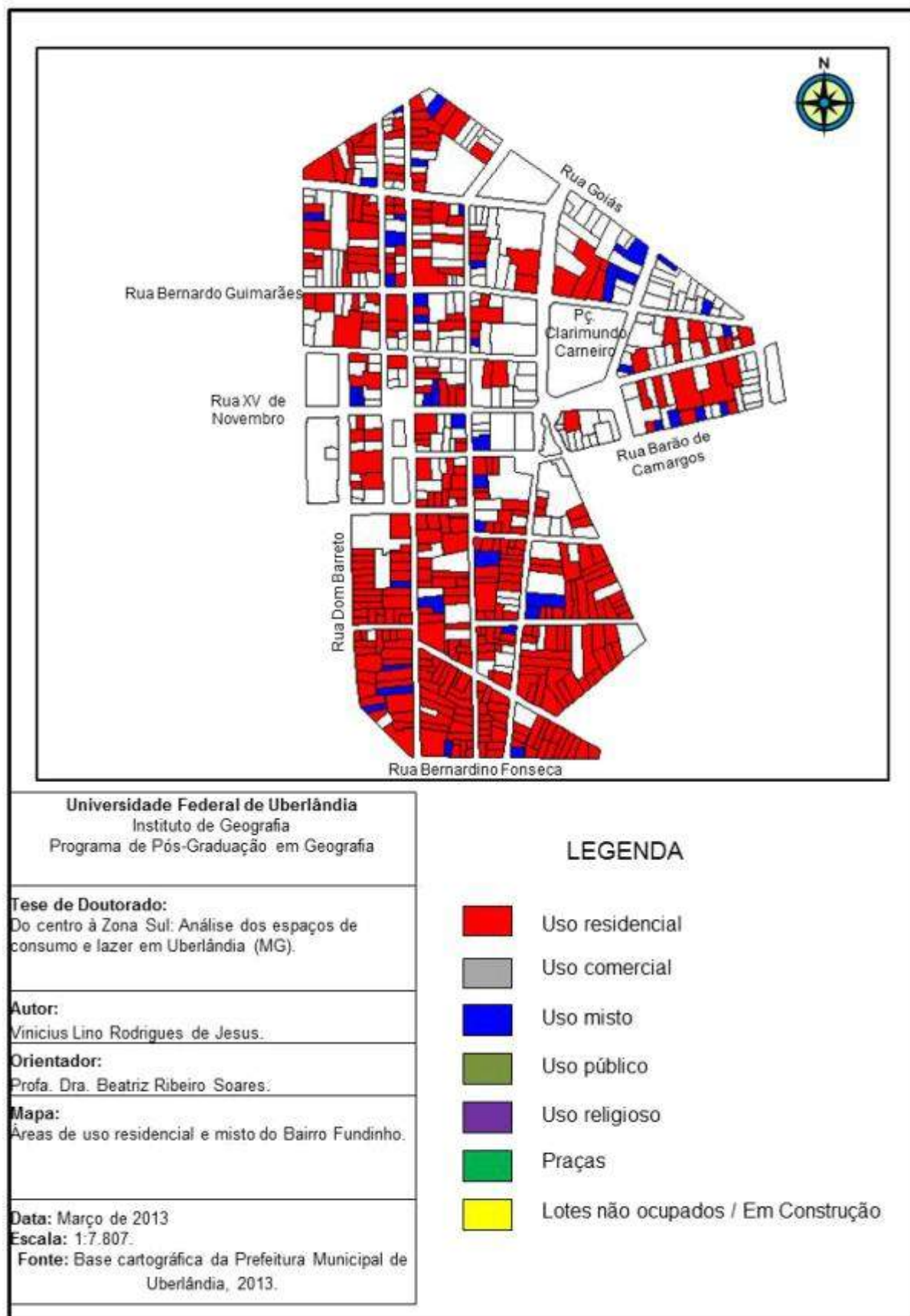
No que se refere às residências de uso misto, encontramos diversos tipos de uso, tais como: edifícios residenciais que possuem no pavimento térreo algum tipo de uso comercial ou de serviços; profissionais autônomos que utilizam parte do imóvel próprio para instalar seus escritórios ou clínicas; moradores que alugam pequenas salas comerciais, localizadas em antigas garagens ou outra dependência da residência, para terceiros; pequenos prestadores de serviços que fazem da própria residência o local de trabalho; residências multifamiliares horizontais com uma ou mais casas em um mesmo lote, que disponibilizam uma das residências para uso comercial; e moradias construídas já com o intuito de ter o pavimento térreo com uso comercial e o pavimento superior como residencial, quer seja para o desenvolvimento de uma atividade comercial familiar, ou para locação a terceiros.

Foto 38 – Uberlândia (MG) – Exemplo residência mista planejada no Bairro Fundinho – 2013



Fonte: JESUS, V.L.R, 2013.

Mapa 34 – Uberlândia (MG) - Áreas de uso residencial e misto no Bairro Fundinho – 2011

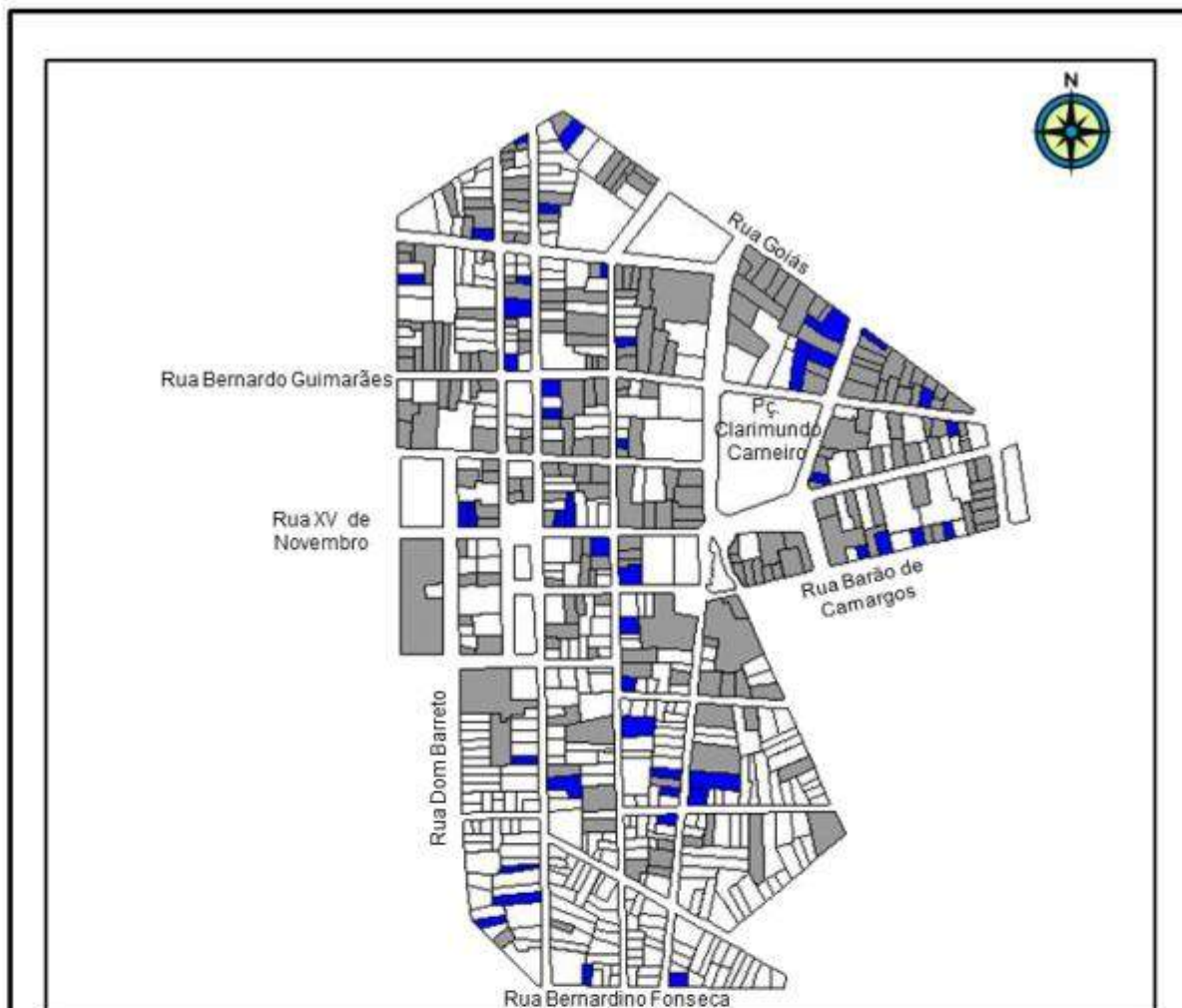


Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Quanto ao setor comercial, destaca-se a pouca diversidade de segmentos e a alternância de um comércio tradicional, com alguns comerciantes instalados há anos no mesmo local, com outro mais moderno, notadamente no setor de vestuário e alimentação. Já no setor de serviços sobressaem aqueles relacionados aos segmentos de arquitetura e decoração, serviços médicos e odontológicos, educação e advocacia.

Quando olhamos a distribuição espacial, verificamos concentrações de segmentos comerciais e de serviços em alguns núcleos específicos do bairro. A primeira característica que observamos é que a parte alta concentra a maioria dos estabelecimentos de uso comercial e um número significativo daqueles da área de serviços, que também são encontrados na parte baixa, ainda que em uma proporção menor. Essa configuração será detalhada mais adiante neste capítulo.

Mapa 35 – Uberlândia (MG) - Áreas de uso comercial e misto no Bairro Fundinho - 2011



Universidade Federal de Uberlândia
 Instituto de Geografia
 Programa de Pós-Graduação em Geografia

Tese de Doutorado:
 Do centro à Zona Sul: Análise dos espaços de consumo e lazer em Uberlândia (MG).

Autor:
 Vinicius Lino Rodrigues de Jesus.

Orientador:
 Profa. Dra. Beatriz Ribeiro Soares.

Mapa:
 Áreas de uso comercial e misto do Bairro Fundinho.

Data: Março de 2013
Escala: 1:7.807.
Fonte: Base cartográfica da Prefeitura Municipal de Uberlândia, 2013.

LEGENDA

- Uso residencial
- Uso comercial
- Uso misto
- Uso público
- Uso religioso
- Praças
- Lotes não ocupados / Em Construção

Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Ao observar o uso público do solo verificamos que, embora sejam poucos os equipamentos existentes no bairro, são muito significativos para a cidade, em especial no que se refere ao setor cultural e de educação.

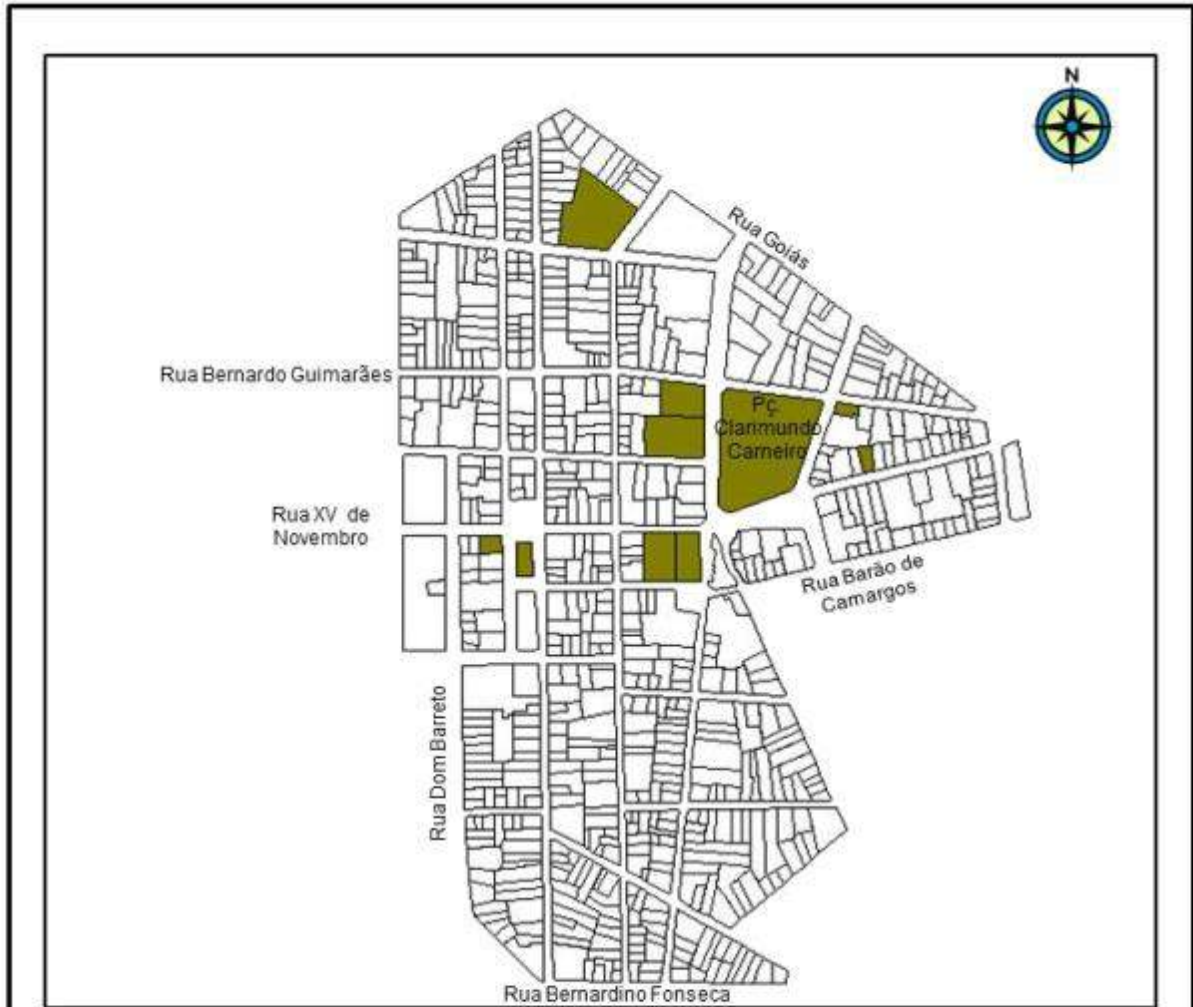
Na parte cultural encontramos no bairro quatro equipamentos públicos: a Biblioteca Pública Municipal de Uberlândia; a Oficina Cultural de Uberlândia, um centro cultural multiuso; o Museu Municipal, instalado no Palácio dos Leões; e o Museu de Universitário de Artes - MUnA, de propriedade da UFU e voltado principalmente para a divulgação das artes visuais contemporâneas.

Todos eles se situam em edificações de grande valor histórico e arquitetônico, que foram adaptadas às necessidades específicas de implantação de cada um, sendo que três são bens tombados pelo Conselho Municipal do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Cultural de Uberlândia – COMPHAC. O MUnA não possui essa classificação.

No setor da educação, encontramos duas importantes escolas de ensino fundamental da cidade, a Escola Estadual Enéas Oliveira Guimarães e a Escola Estadual de Uberlândia – Museu – sendo que esta também oferece o ensino médio - , ambas tombadas pelo COMPHAC.

Os demais equipamentos estão relacionados à seguridade social, com um imóvel pertencente ao INSS e os outros dois ao Instituto Municipal de Previdência de Uberlândia – IPREMU.

Mapa 36 – Uberlândia (MG) - Áreas de uso público e/ou de associações no Bairro Fundinho – 2011



Universidade Federal de Uberlândia
 Instituto de Geografia
 Programa de Pós-Graduação em Geografia

Tese de Doutorado:
 Do centro à Zona Sul: Análise dos espaços de consumo e lazer em Uberlândia (MG).

Autor:
 Vinicius Lino Rodrigues de Jesus.

Orientador:
 Profa. Dra. Beatriz Ribeiro Soares.

Mapa:
 Áreas de uso público e/ou de associações no Bairro Fundinho.

Data: Março de 2013
Escala: 1:7.807.
Fonte: Base cartográfica da Prefeitura Municipal de Uberlândia, 2013.

LEGENDA

- Uso residencial
- Uso comercial
- Uso misto
- Uso público
- Uso religioso
- Praças
- Lotes não ocupados / Em Construção

Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

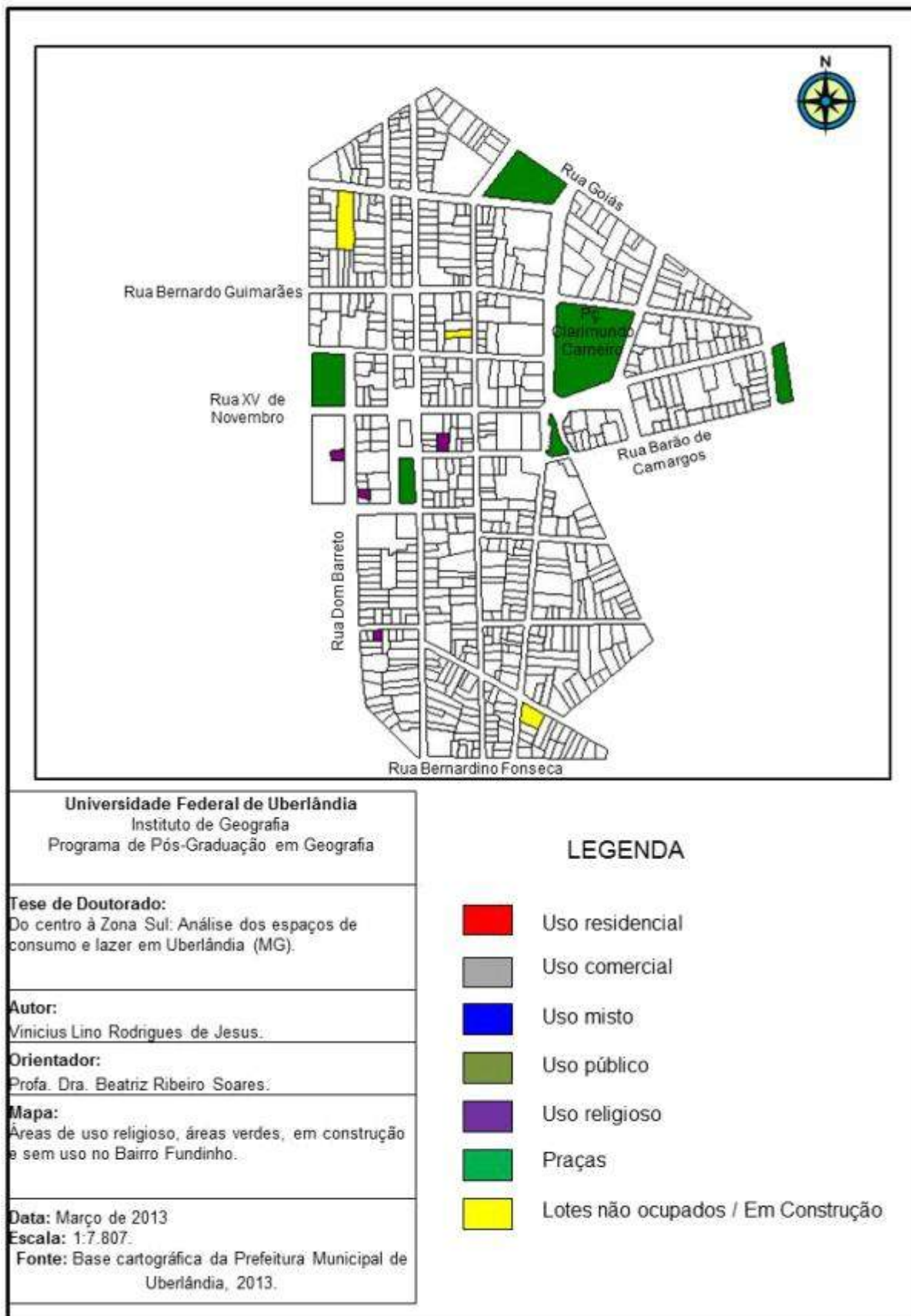
Em relação aos demais usos apontamos inicialmente as áreas verdes e praças, sendo este o bairro que possui o maior número de praças em relação à área total do setor central. A quantidade delas é reflexo do processo de urbanização ocorrido na cidade, e sua implantação, uma característica dos processos de urbanização do início do século XX, o urbanismo embelezador, que valorizava o uso do espaço público como aspecto essencial da vida cotidiana.

Todas as praças do Fundinho passaram, ou estão em processo, de um projeto de revitalização e são palcos de diversos eventos temporários ou fixos, com destaque para os que ocorrem nas Praças Clarimundo Carneiro, Doutor Duarte e Coronel Carneiro durante todo o ano, como as festas juninas e eventos musicais diversos.

No que se refere ao uso religioso, vemos no bairro as igrejas católicas Nossa Senhora das Dores e Nossa Senhora do Rosário, ambas tombadas pelo COMPHAC, além das igrejas evangélicas Sal da Terra e Igreja Cristã Andando com Jesus e um centro espírita.

Quanto aos lotes em construção, encontramos durante o levantamento de campo apenas dois estabelecimentos: o primeiro, um prédio semiacabado da construtora Encol, a qual entrou em processo de falência nos anos 1990, cuja construção foi retomada pelos proprietários recentemente; e um edifício comercial de três pavimentos, a primeira edificação vertical a acontecer no bairro após as alterações de zoneamento. Entre os lotes não ocupados, foi identificado apenas um, na esquina da Rua General Osório com a José Aiube.

Mapa 37 – Uberlândia (MG) - Áreas de uso religioso, verdes, em construção e sem uso no Bairro Fundinho – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

4.2.2 Uso e ocupação do solo no Lídice

O uso e ocupação do solo no Lídice caracteriza-se pela predominância da função residencial, especialmente na parte central do bairro, e por um aumento do uso comercial em suas bordas, com destaque para os lotes localizados nas Avenidas Rio Branco, Nicomedes Alves dos Santos e Rondon Pacheco.

Podemos dividir o bairro em três setores com características distintas, tanto em relação ao tipo de ocupação como ao perfil socioeconômico dos moradores, embora esses limites não sejam rígidos: o primeiro, situado no trecho entre a Avenida Nicomedes Alves dos Santos e a Rua Doutor Lacerda, caracteriza-se por ser uma área com construções de padrão superior, tendo sido um dos setores que a elite local ocupou após a segunda metade do século XX, quando o centro da cidade já se encontrava em fase de consolidação.

O segundo setor está localizado entre a Rua Doutor Lacerda e a Rua Quintino Bocaiuva e segue mais ou menos o padrão de ocupação do Bairro Centro, com predomínio de residências de bom padrão, mas sem o luxo verificado na divisão anterior. Já o terceiro setor, compreendido entre a Rua Quintino Bocaiuva e a Rua Joaquim Cordeiro, apresenta um padrão de ocupação mais simples, com lotes de tamanho reduzido e inclusive com algumas moradias multifamiliares horizontais antigas, com características de bairro operário, semelhantes ao setor contíguo localizado no Bairro Centro.

O uso de comércio e serviços instalou-se inicialmente nas regiões que fazem divisa com os demais bairros, em vias importantes de circulação e, aos poucos, foi entrando pelo bairro, primeiramente nas vias de circulação secundárias e depois ocupando residências particulares por toda a área à medida que os habitantes

iniciais buscavam outras opções de moradia e a oferta de imóveis no setor central se saturava.

Do ponto de vista da malha urbana, embora não seja um traçado no formato xadrez, é bastante regular, adaptando-se à topografia de fundo de vale na qual está inserido, com vias de circulação e calçadas que apresentam características similares às do Bairro Centro, de dimensões razoáveis e pouco atrativas do ponto de vista dos pedestres. Algumas vias ainda mantêm o calçamento original de paralelepípedo.

A trama viária vem se adaptando às mudanças que ocorreram nos últimos anos, principalmente com a consolidação da Zona Sul da cidade como novo polo de desenvolvimento, uma vez que as vias que cruzam o bairro no sentido norte/sul compõem um dos principais eixos de ligação entre a Zona Central e a Zona Sul.

Assim, recentemente verificamos diversas alterações nas vias de circulação do bairro, com mudanças de fluxo, de sentido da via, da disponibilidade de estacionamento na própria via, ou não, e da sinalização.

De forma geral podemos afirmar que as vias neste setor possuem capacidade para apenas três faixas de rolamento, sendo que na maior parte dos casos duas faixas são destinadas aos veículos motorizados e a outra, a estacionamento. Além disso, assim como no Bairro Fundinho, em algumas vias motoristas utilizam indiscriminadamente ambos os lados para estacionar, dificultando bastante a circulação pelo bairro, e até mesmo impossibilitando a circulação de veículos de maior porte.

Mapa 38 – Uberlândia (MG) - Uso do solo no Bairro Lídice – 2011



Universidade Federal de Uberlândia
Instituto de Geografia
Programa de Pós-Graduação em Geografia

Tese de Doutorado:
Do centro à Zona Sul: Análise dos espaços de consumo e lazer em Uberlândia (MG).

Autor:
Vinicius Lino Rodrigues de Jesus.

Orientador:
Profa. Dra. Beatriz Ribeiro Soares.

Mapa:
Uso do solo no Bairro Lídice.

Data: Março de 2013
Escala: 1:7.807.
Fonte: Base cartográfica da Prefeitura Municipal de Uberlândia, 2013.

LEGENDA

-  Uso residencial
-  Uso comercial
-  Uso misto
-  Uso público
-  Uso religioso
-  Praças
-  Lotes não ocupados / Em Construção

Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

No que se refere ao uso residencial, verificamos a predominância de residências unifamiliares. Contudo, há um processo contínuo de verticalização no bairro, que ocorre numa primeira etapa a partir dos anos 1980, com a construção de prédios de pequeno porte de até quatro andares, seguida pela construção de outros, maiores, nos anos 1990 e 2000. A terceira etapa teve início nos últimos cinco anos, após um período de breve estagnação no lançamento de empreendimentos, inclusive valorizando um segmento que se encontrava totalmente estancado na área central, o de apartamentos de médio e alto padrão.

Analisando o bairro pelos setores citados anteriormente, verificamos que no primeiro deles, no trecho localizado entre a Avenida Nicomedes Alves dos Santos e Rua Doutor Lacerda, concentram-se as residências unifamiliares de alto padrão. Essa porção pode ser dividida em três partes: uma localizada entre as Ruas Barão de Camargos e Vital José Carrijo, cuja ocupação é mais antiga, com casarões que datam da primeira metade do século XX, intercalados com construções mais novas em lotes que ainda estavam vagos ou pela demolição de antigas casas. Nessa parte, os terrenos são mais irregulares, alguns com dimensões reduzidas, até mesmo menores que 200 m², sendo comum encontrar construções sem afastamento da rua, ocupando a maior parte do terreno.

A segunda parte, que vai da Rua Vital José Carrijo até a Rua Jamil Tannus, é a mais nobre do bairro, onde estão localizadas suas principais residências de alto padrão e cuja ocupação ocorreu principalmente após a segunda metade do século XX, com forte influência da arquitetura modernista e suas variantes, como a arquitetura internacional, brutalista, orgânica e construtivista.

Já a terceira parte é aquela localizada entre a Rua Jamil Tannus e a Avenida Rondon Pacheco, cuja ocupação é mais recente, seja em função da desvalorização

que a avenida representava durante anos, por estar localizada num fundo de vale e pelos constantes problemas de inundação que sofria; e/ou por razões totalmente opostas, já que se tinha uma perspectiva de valorização da área em função da consolidação das Zonas Sul e Leste da cidade, o que levou à manutenção de alguns lotes livres, com o objetivo de especulação imobiliária.

Quanto à verticalização, ainda é incipiente e conta com pouco mais de 10 edifícios. É composta principalmente por pequenos prédios de até quatro andares, com apartamentos de dois ou três dormitórios, construídos em sua maioria entre as décadas de 1980 e 1990. Todavia, nos últimos anos há um novo processo de verticalização no setor, com torres de médio e grande porte, com apartamentos de três quartos de médio e alto padrão.

Exemplo desse novo tipo de empreendimento no bairro, que não aparece no levantamento realizado em 2011, é o lançamento da construtora CS Franco na Rua Padre Anchieta, com apartamentos de 160 m² de área útil, três suítes e três vagas de garagem.

No segundo setor do bairro, localizado entre as Ruas Doutor Lacerda e Quintino Bocaiuva, ainda há a predominância de residências unifamiliares com uma ocupação mais antiga, similar à da primeira parte do setor anterior, sendo a maior parte construções de padrão médio. É também comum encontrar construções sem afastamento algum da rua, ocupando a maior parte do terreno.

Outra característica do setor é a maior verticalização, com mais de 30 prédios de até quatro pavimentos e mais de 10 de médio e grande porte, sendo que os menores foram construídos em sua maioria nas décadas de 1980 e 1990 e os demais, a partir da década de 2000. Diferentemente do setor anterior, aqui

encontramos apartamentos de um quarto até quatro, em sua maioria construída por pequenos investidores.

Entretanto, assim como no primeiro setor, observa-se a tendência de lançamentos de edifícios de alto padrão, como o Edifício Evidence, uma torre de 22 andares, com apartamentos de 200 m² de área útil e quatro quartos e até quatro vagas de garagem; e o Edifício Sierra Lídice, com 16 andares e apartamentos de 184 m², também com quatro quartos e até quatro vagas de garagem.

Figura 27 – Propaganda de lançamento do Edifício Sierra Lídice

FUTURA
CONSTRUTORA

quem somos | localização | contato

ENGENHARIA
CREATIVA

Sierra Lídice
RESIDENCIAL

184m² - 4 quartos sendo 2 suítes
acabamento diferenciado
2, 3 ou 4 vagas de garagem
amplas sacadas com churrasqueira
cômodos amplos e bem planejados
coberturas duplex com 368m²
2 elevadores
piscinas adulto e infantil
salão de festas com espaço gourmet
sala de fitness

[Clique aqui para ver o mapa com a localização](#)

Fonte: Futura Construtora, 2013.

O terceiro setor do bairro apresenta a predominância de residências unifamiliares e uma ocupação mais antiga, composta de construções de padrão médio, com trechos de residências mais simples. Também tem, assim como no primeiro setor, baixa taxa de verticalização, com a maior parte dos edifícios de até quatro pavimentos e, diferentemente dos setores anteriores, sem a presença de lançamentos.

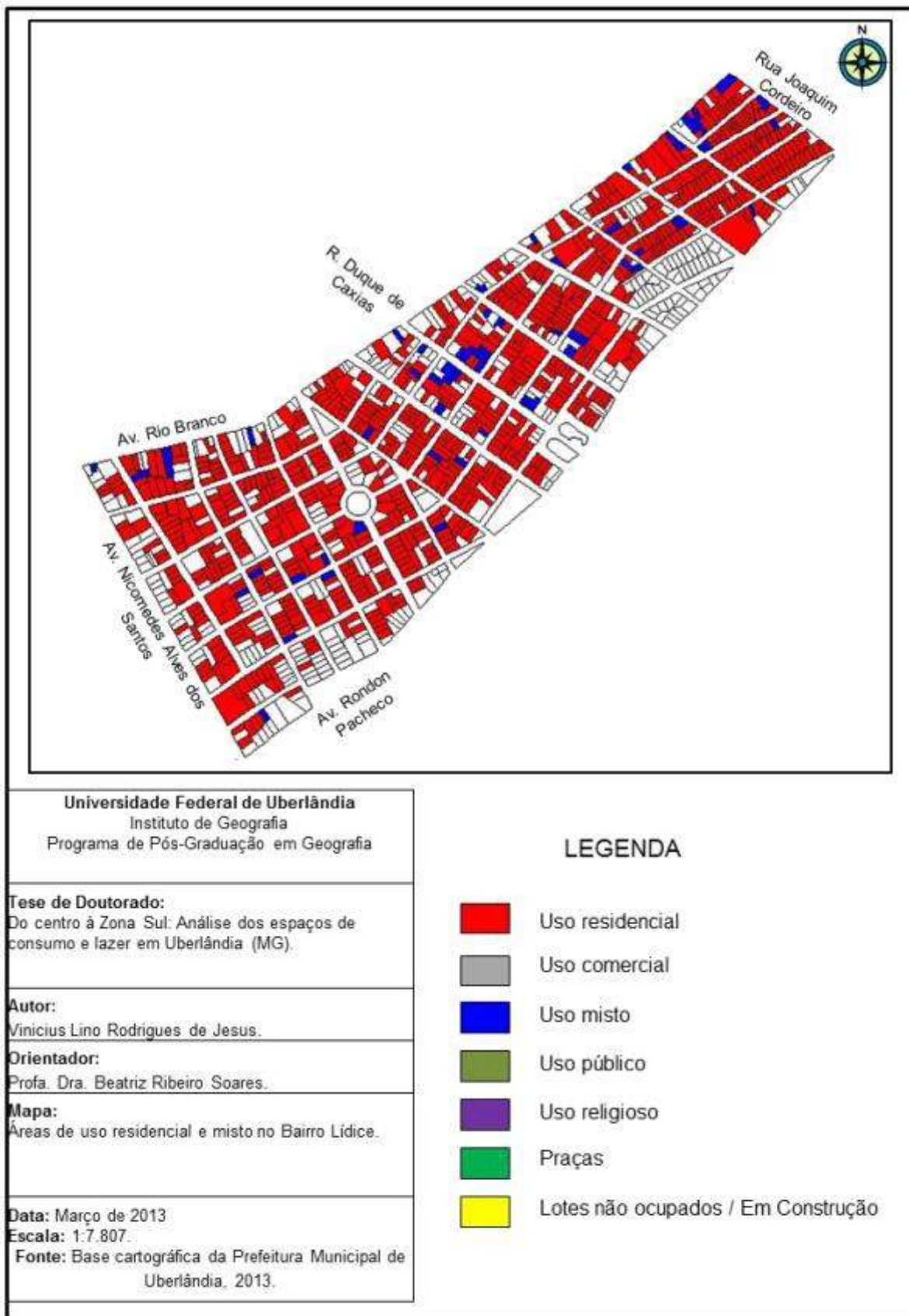
Assim como apontado anteriormente no Bairro Centro, a verticalização tende a crescer na região, à medida que os lotes nos demais bairros onde esse processo apresentou grande crescimento na última década - em especial nos Bairros

Copacabana, Santa Marta, Santa Mônica e Umuarama - aumentaram significativamente de valor e possuem restrições urbanísticas menos favoráveis para construção de torres residenciais.

Desta forma o Lídice deve passar por um processo de substituição de residências unifamiliares por condomínios residenciais verticais, sobretudo pela alteração da Lei de Uso e Ocupação do Solo, por meio da Lei Complementar 544 de 18 de abril de 2012, que alterou o aproveitamento do potencial construtivo no bairro, passando de 2,75 para 3,25, tornando-o mais atrativo para o lançamento de novos empreendimentos, uma vez que nos demais eixos de expansão citados anteriormente, o potencial construtivo permanece em 2,75, com o agravante de ser possível ocupar até 60% da área total apenas para prédios de até quatro pavimentos. Acima deste número é permitida apenas a ocupação de 40% da área, contra 60% de aproveitamento, qualquer que seja a altura da edificação, no caso deste bairro.

É interessante verificar que a possibilidade de ocupar uma área maior no lote no Bairro Lídice, além de permitir maior flexibilidade no desenho arquitetônico da edificação, torna possível a construção de apartamentos de maiores dimensões, favorecendo os empreendedores que desejam investir no segmento de alto padrão, liberando-se a construção, em um único terreno de dimensões menores, de torres com pelo menos duas unidades por andar, que é o padrão de construção desse tipo de empreendimento. No que se refere às residências de uso misto encontramos diversos tipos de uso, similares àqueles citados anteriormente no caso do Fundinho.

Mapa 39 – Uberlândia (MG) - Áreas com uso residencial e misto no Bairro Lídice – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Quanto às características do setor comercial deste bairro, assim como no Fundinho, não há grande diversidade, tanto no comércio como nos serviços. Alguns dos segmentos com maior destaque no comércio são o de vestuário, lojas de decoração, artigos para casa e de alimentação. Nos serviços destacam-se arquitetura e engenharia, serviços médicos e odontológicos, escritórios de advocacia e corretoras de seguro.

Em relação à sua distribuição espacial, verificamos a concentração maior nas bordas do bairro, conforme apontado anteriormente, mas também encontramos um setor comercial mais consolidado em algumas ruas transversais que fazem a ligação entre a Zona Central e a Zona Sul, tais como as Ruas Duque de Caxias, Olegário Maciel e Rodolfo Correia.

Outra característica que podemos apontar é a predominância das atividades comerciais nos dois primeiros trechos do bairro, sendo que no primeiro há uma prevalência do setor de serviços e, no segundo, do comércio de rua.

Quanto aos setores que se destacam, o de vestuário apresenta concentração em um trecho da Rua Olegário Maciel, sendo a maior parte formada por lojas de confecções locais. As lojas de decoração encontram-se localizadas principalmente na Avenida Rio Branco e oferecem desde móveis planejados a complementos e acessórios para banheiros. Já o setor de alimentação e entretenimento que se destaca está localizado na Avenida Rondon Pacheco, composto por restaurantes e bares voltados para públicos diversos.

Em relação aos serviços, destacam-se os da área de saúde, com importante concentração nas Avenidas Nicomedes Alves dos Santos e Rio Branco; os serviços prestados por profissionais liberais, em especial aqueles que buscam uma localização de maior prestígio para receber sua clientela, compostos por escritórios

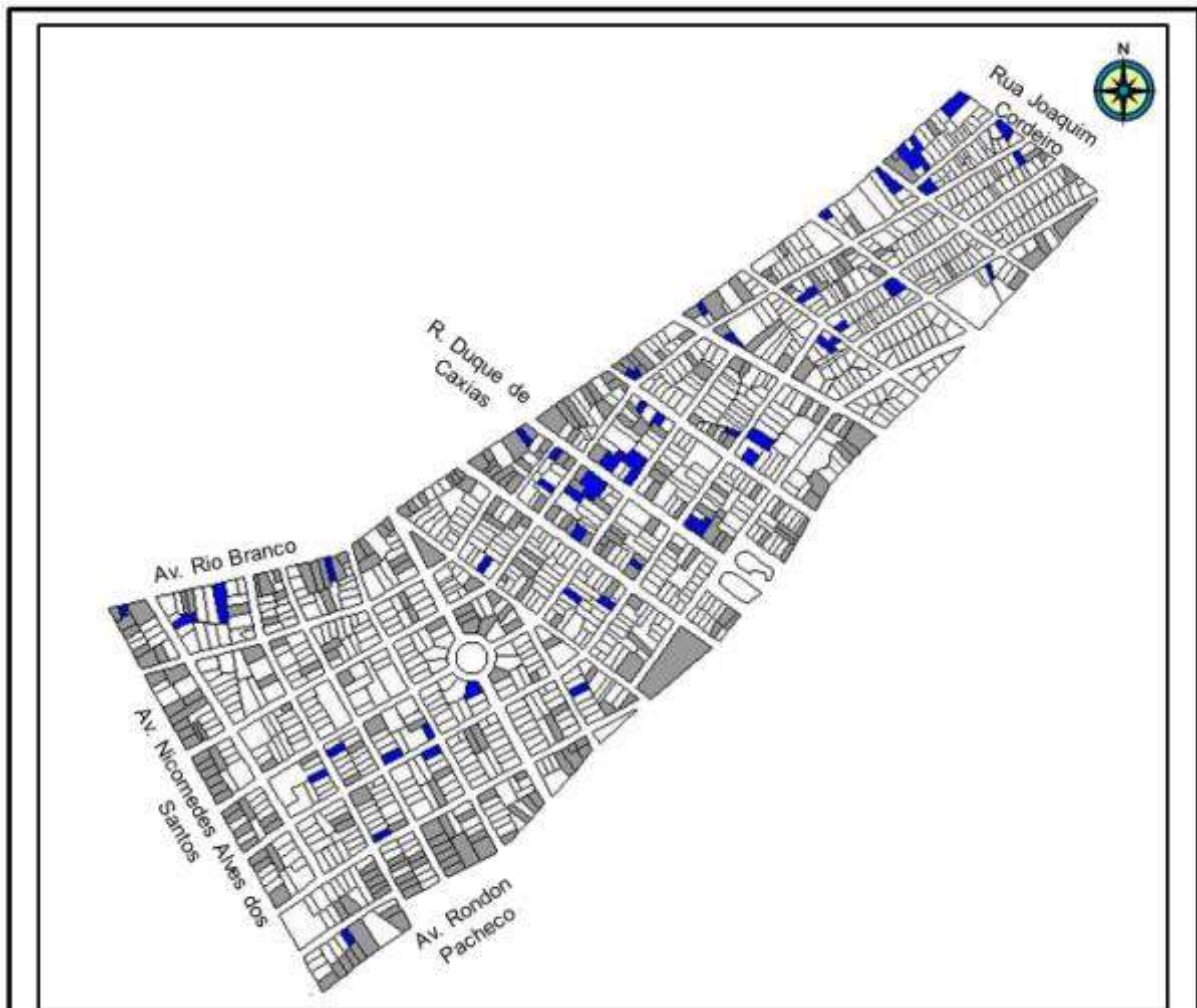
de advocacia, arquitetura e engenharia, além de empresas de consultoria, que se concentram principalmente no primeiro trecho do bairro, ocupando residências de alto padrão que deixaram de ter a função original e foram colocadas no mercado para locação comercial.

O segundo trecho, embora também tenha todos os serviços citados anteriormente, apresenta maior diversificação, com atividades voltadas para o morador local e também empresas cuja localização *prime* não é essencial para o desenvolvimento do negócio, tais como lavanderias, *pet shops*, serviços de informática, entre outros.

O que se percebe de uma forma geral é um efeito parecido ao dos Bairros Centro e Fundinho, em que à medida que seus moradores originais perdem o interesse em continuar a residir no local, pelas diversas razões já apontadas em análise anterior, os imóveis tendem a ser colocados no mercado para venda ou locação com foco na área comercial.

Entretanto, as alterações na legislação de uso e ocupação do solo, associadas aos altos valores dos terrenos nas regiões onde o processo de verticalização vinha se consolidando nos últimos anos e à atratividade do bairro como região *prime*, podem, nesse caso, vir a favorecer a troca de uso residencial unifamiliar pelo multifamiliar, por meio da intensificação da verticalização.

Mapa 40 – Uberlândia (MG) - Áreas com uso comercial e misto no Bairro Lídice – 2011



Universidade Federal de Uberlândia
 Instituto de Geografia
 Programa de Pós-Graduação em Geografia

Tese de Doutorado:
 Do centro à Zona Sul: Análise dos espaços de consumo e lazer em Uberlândia (MG).

Autor:
 Vinicius Lino Rodrigues de Jesus.

Orientador:
 Profa. Dra. Beatriz Ribeiro Soares.

Mapa:
 Áreas de uso comercial e misto do Bairro Lídice.

Data: Março de 2013
Escala: 1:7.807.
Fonte: Base cartográfica da Prefeitura Municipal de Uberlândia, 2013.

LEGENDA

- Uso residencial
- Uso comercial
- Uso misto
- Uso público
- Uso religioso
- Praças
- Lotes não ocupados / Em Construção

Fonte: JESUS, V. L. R., 2013.

Em relação às áreas não ocupadas ou em construção localizadas no bairro, destacam-se aquelas do primeiro segmento, sendo possível encontrar desde pequenos lotes cercados por construções, até lotes de médio porte, entre 1.000 e 3.000 m² e mesmo grande porte, com áreas acima de 5.000 m².

Essas áreas ainda não ocupadas se sobressaem ainda mais pelo fato de ser o Lídice um bairro cuja ocupação é antiga e por fazer parte da Zona Central, não sendo esta uma situação que ocorre com frequência em outras cidades de porte semelhante. É mais comum encontrar nas zonas centrais das cidades antigas áreas de armazéns ou industriais abandonadas, e não lotes vazios.

Do ponto de vista espacial, há três concentrações que se destacam: uma localizada no perímetro do primeiro setor do bairro, entre a Avenida Nicomedes Alves dos Santos e a Rua Doutor Lacerda, ou seja, no setor das residências de padrão superior, onde encontramos desde alguns lotes isolados de menor porte até lotes de médio porte ou de dois a quatro lotes contíguos, constituindo um significativo estoque de área disponível para construção.

Daqueles que se encontram em construção, a maior parte vem sendo ocupada por condomínios residenciais verticais, de até quatro pavimentos nos lotes de menor tamanho e acima de oito pavimentos nos de maior dimensão. Todavia não é possível apontar uma tendência de lançamentos nesses lotes vazios, uma vez que a maioria não se encontra à venda ou para locação no mercado imobiliário, sendo necessário realizar novos levantamentos nos próximos anos a fim de identificar a evolução do uso dessas áreas.

A segunda concentração diz respeito aos lotes localizados junto à Avenida Rondon Pacheco, um dos principais eixos viários da cidade, que nos últimos dez anos vem se tornando também um dos principais eixos comerciais *prime* de

Uberlândia, com ganho significativo no valor dos terrenos. Com clara tendência à construção de empreendimentos comerciais, a maior parte desses lotes, quando colocados no mercado imobiliário, é para locação, e não para venda, até mesmo devido ao seu alto valor.

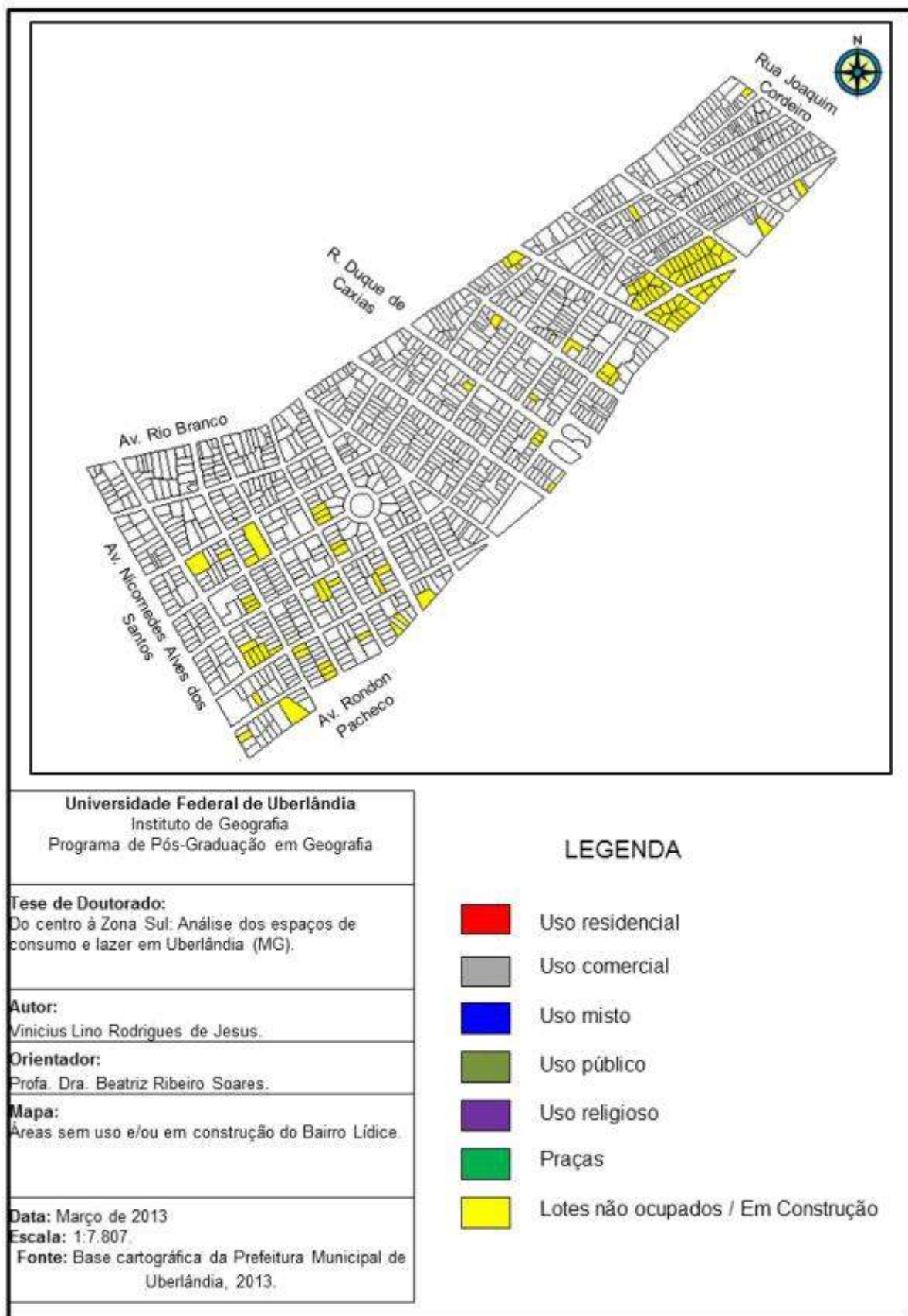
A última concentração de lotes vazios está localizada na terceira parte do bairro e trata-se da maior área disponível, com uma das frentes também para a Avenida Rondon Pacheco. São praticamente quatro quadras contíguas servindo tanto de estacionamento improvisado para alguns bares da região, quanto para a realização de alguns eventos, como feirão de automóveis nos finais de semana.

Foto 39 – Uberlândia (MG) – Área não ocupada no Bairro Lídice – 2012



Fonte: JESUS, V. L. R., 2012.

Mapa 41 – Uberlândia (MG) - Áreas sem uso e/ou em construção no Bairro Lídice – 2011



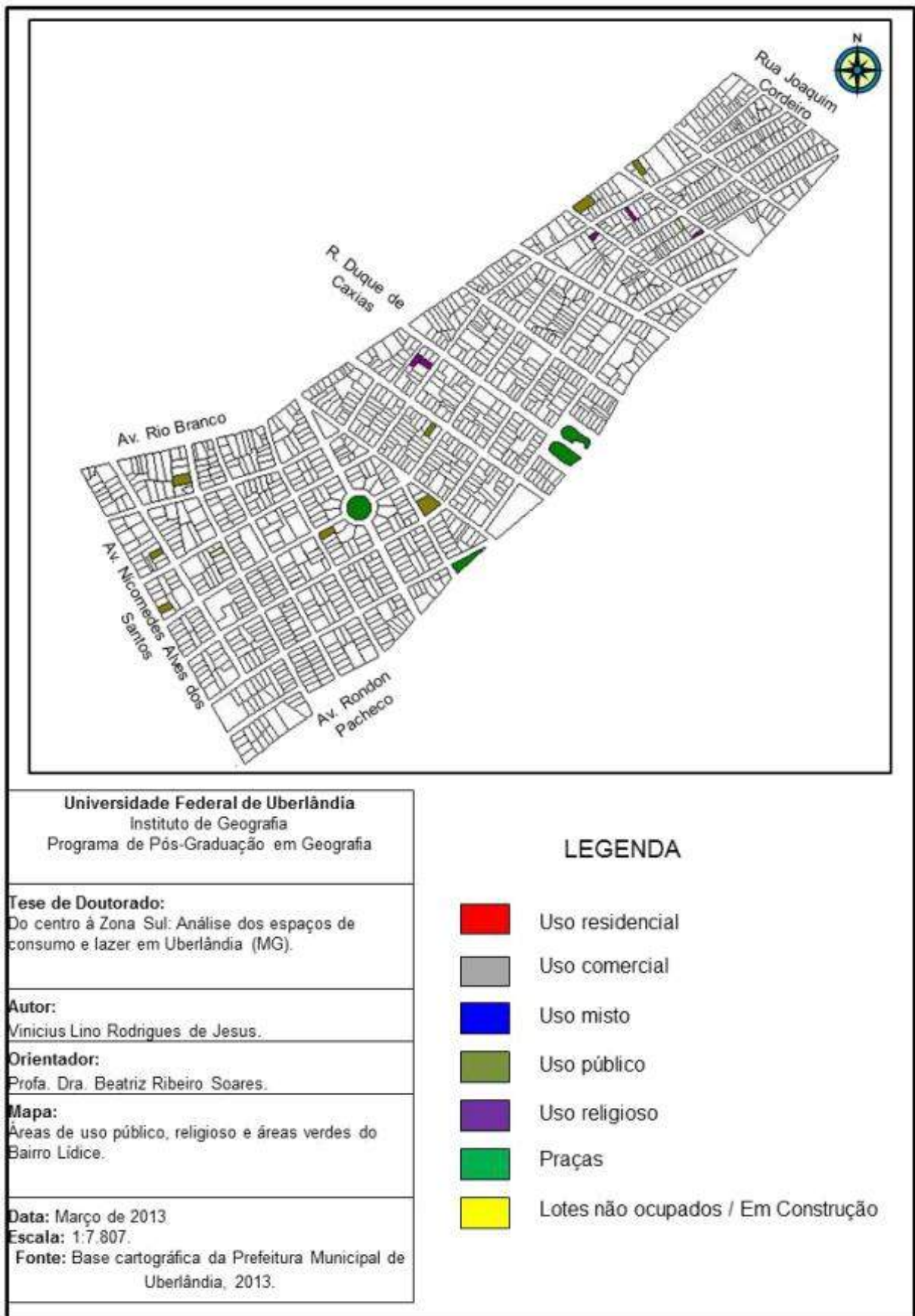
Fonte: Jesus, V. L. R., 2013.

Quanto aos demais usos, no que se refere ao uso público, encontramos no bairro, no período do levantamento, algumas instituições educacionais como as Escolas Municipais de Educação Infantil Líria Emília Saraiva e Professora Stela Maria, e a Escola Estadual Honório Guimarães na Rua Doutor Lacerda.

Além do setor educacional podemos destacar as associações de classe, como o Conselho dos Corretores de Imóveis – CRECI/MG, o Sindicato dos Corretores de Seguro – SINCOR/MG e o Sindicato dos Professores – SIMPRO/MG. Também encontramos alguns órgãos federais como a sede regional da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA e o Ministério Público do Trabalho.

Em relação ao uso religioso, não há uma presença significativa no bairro, que conta com algumas pastorais e centros espíritas. No que se refere às áreas verdes, trata-se de um dos bairros da área central com menor número de praças, com um total de três, das quais uma é um espaço verde embaixo de um viaduto e serve apenas como área de escape. A segunda apresenta dimensão reduzida, porém, por se encontrar junto à Avenida Rondon Pacheco, tradicional circuito de caminhada de Uberlândia, foi adaptada com equipamentos de condicionamento físico. A terceira praça, a Henckmar Borges, localizada na primeira parte do bairro junto às construções de maior padrão, é a única com características de espaço público voltado aos moradores.

Mapa 42 – Uberlândia (MG) - Áreas com demais usos no Bairro Lídice – 2011



Fonte: Jesus, V. L. R., 2013.

4.2.3 Uso e ocupação do solo no Tabajaras

Embora a principal característica do Bairro Tabajaras seja ainda o uso residencial, com quase todas as construções compostas por residências unifamiliares de alto padrão, encontramos três vias que seguem um padrão similar aos setores limítrofes dos Bairros Fundinho e Lídice analisados anteriormente, e por isso as destacamos.

A primeira via é a Avenida Nicomedes Alves dos Santos, cuja predominância de uso é o comercial, com destaque para os serviços. A segunda via é a Rua Augusto César, que após mudanças no setor viário local nos últimos anos, tem passado por um processo de substituição do uso residencial pelo comercial, tanto por serviços como pelo comércio de rua, com destaque para outro empreendimento do tipo *street mall* que, à época do levantamento, ainda estava em construção, mas que atualmente já se encontra em pleno funcionamento, seguindo esse modelo de forma comercial que vem ganhando destaque na cidade, conforme apontado anteriormente.

A terceira via é a Avenida Rondon Pacheco, que neste setor possui alguns usos comerciais, bem como um grande estoque de lotes não ocupados, com amplo potencial para desenvolvimento de novas atividades comerciais.

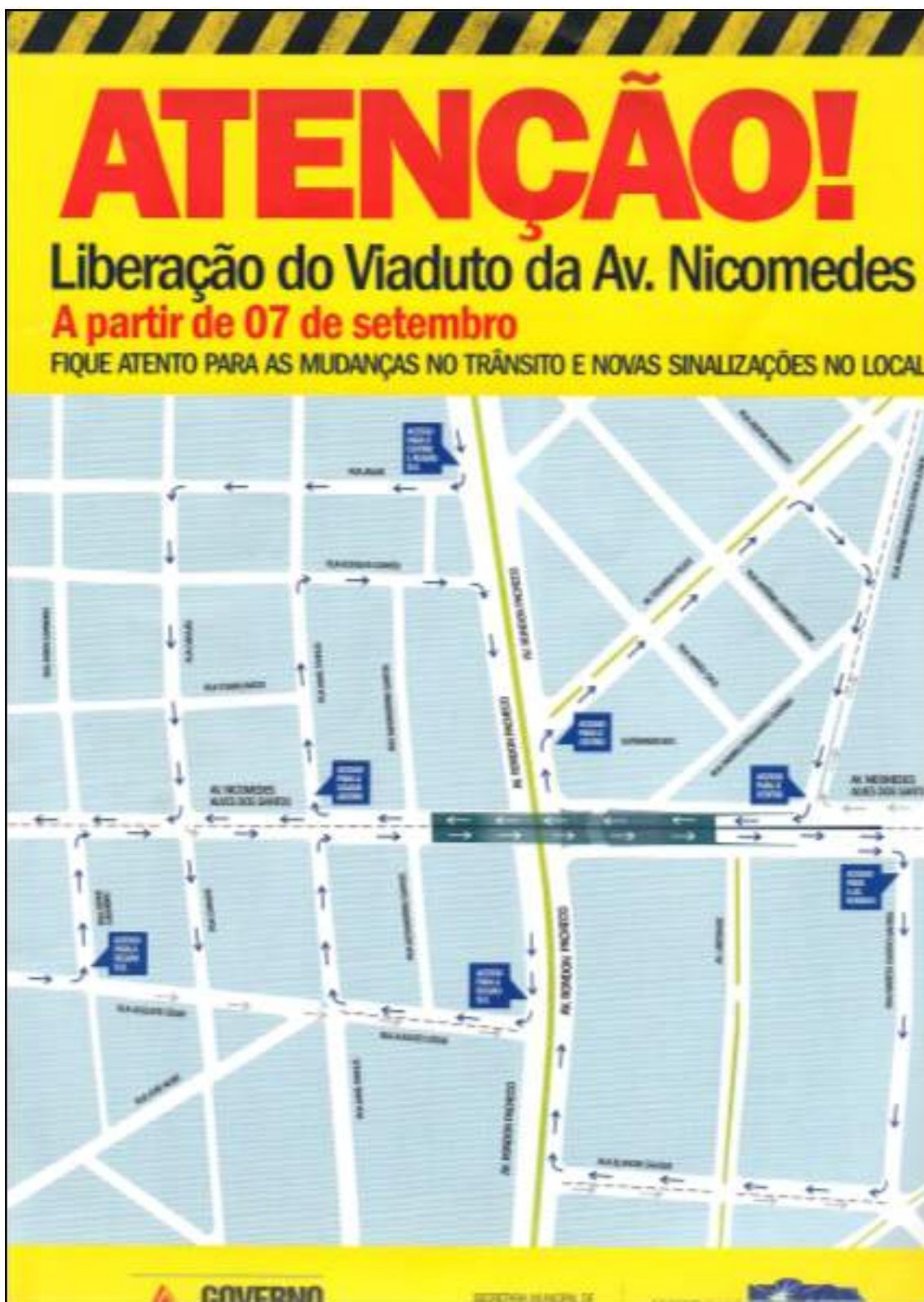
Este setor do bairro, bem como a parte do Lídice contígua à região, passou por uma série de transformações nos últimos anos devido a alterações no sistema viário visando adequação ao aumento do fluxo de veículos provenientes da Zona Sul de Uberlândia. A primeira grande mudança, no início dos anos 2000, ocorre no trecho da Avenida Nicomedes Alves dos Santos correspondente aos dois bairros,

que passa a ter fluxo em mão única, o que favoreceu bastante a consolidação do uso comercial da mesma.

A segunda importante transformação, logo em seguida, acontece na Rua Augusto César, que possuía caráter local e passa a ser um dos principais eixos de ligação com a Zona Sul no sentido centro/bairro, após a abertura de uma passagem junto à Avenida Rondon Pacheco.

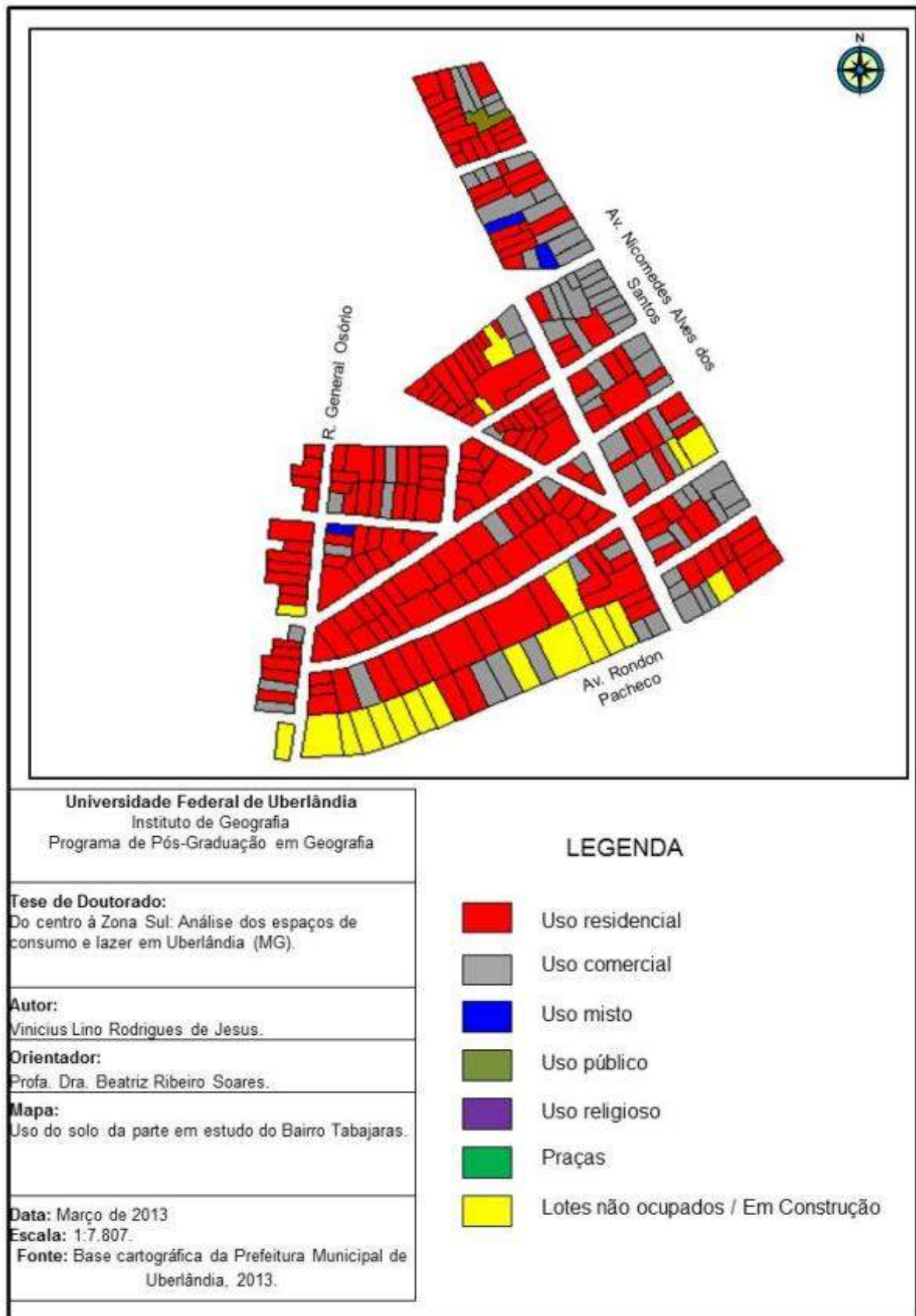
E mais recentemente houve a construção de um viaduto na Avenida Nicomedes Alves dos Santos, inaugurado no ano de 2012, com o objetivo de tornar mais eficiente a ligação da Zona Sul com a Zona Centro, fato que acabou gerando alterações nas ruas do entorno, mudando o sentido de algumas vias e fazendo com que o fluxo de veículos, antes de baixo volume, aumentasse, estimulando outros usos que não o residencial na região como um todo.

Figura 28 – Folder informativo sobre as mudanças no sistema viário local



Fonte: Prefeitura Municipal de Uberlândia – 2012.

Mapa 43 – Uberlândia (MG) - Uso do solo no Bairro Tabajaras – 2011



Fonte: JESUS, V. L. R., 2013.

4.2.4 Estrutura comercial no Fundinho

No que se refere à estrutura comercial do Bairro Fundinho, podemos separá-la em dois setores com características distintas. O primeiro, concentrado na parte alta do bairro, localizada entre as Ruas Coronel Severiano e Goiás por um lado e entre a Rua Silva Jardim e a Praça Rui Barbosa por outro, concentra a maior parte do comércio de rua do local.

Nesse setor também encontramos algumas quadras onde há uma predominância do uso misto, com lotes que possuem tanto o comércio de rua como serviços, sendo tal uso predominante na região mais próxima ao Bairro Centro, com várias construções de dois ou três pavimentos em que o piso térreo é destinado ao comércio de rua e os demais, aos serviços.

No segundo setor, que engloba a maior porção da parte baixa do bairro, prevalecem os serviços e alguns estabelecimentos comerciais tradicionais. Mais recentemente, no período após o levantamento, verificamos o surgimento de uma nova tendência: a adaptação de antigas residências ou construção de novas edificações destinadas exclusivamente a conjuntos de salas comerciais para locação.

Atualmente já foram construídos dois desses estabelecimentos na parte baixa do bairro, um de pequeno porte com quatro salas comerciais e outro com aproximadamente 20 salas. Esse tipo de empreendimento também começa a surgir na parte alta do bairro, com o lançamento pelo Grupo Karaíba de um prédio de três pavimentos, de *design* contemporâneo, como uma loja no piso térreo e três salas por andar, de tamanhos diversos, todas com uma vaga de estacionamento.

Figura 29 - Perspectiva do conjunto de salas comerciais – Karaíba Empresarial



Fonte: Grupo Karaíba, 2013.

Em relação ao comércio de rua destacam-se dois segmentos: o de vestuário, calçados e acessórios e o de lojas de decoração e artigos para casa. Quanto ao primeiro, encontramos algumas concentrações em determinados setores da região. Uma delas está localizada na Rua Goiás, com lojas de estilistas locais e multimarcas especializadas.

Outra peculiaridade do comércio nessa rua é a Villa 207, um dos primeiros empreendimentos do tipo *street mall* a ser criado na cidade, antecipando a tendência que tem se espalhado por outras regiões de Uberlândia.

A *Villa 207* surge no ano de 2001, quando um grupo de quatro empresárias buscava espaço para implantação de seus empreendimentos e encontrou a casa da Rua Goiás, 207, que, com sua arquitetura diferenciada em estilo germânico e área generosa, deu origem ao *street mall*, com oito salas comerciais. Esse novo formato comercial é um dos destaques do diário do SINDILOJAS/BH:

Investir na construção de pequenos *shoppings* é a nova aposta de empresários mineiros. Em Uberlândia, no Triângulo Mineiro, o lançamento deste tipo de empreendimento vem crescendo nos últimos três anos, tendo como principal alvo de áreas nobres da cidade (DIÁRIO DO COMÉRCIO, Belo Horizonte, 02 dez. 2011).

Foto 40 – Uberlândia (MG) – Estabelecimento comercial tipo *street mall*: Villa 207 – 2013



Fonte: JESUS, V. L. R., 2013.

Entretanto a maior concentração desse segmento ocorre no núcleo mais central da parte alta do bairro, em especial em um corredor composto pelas Ruas Tiradentes, Bernardo Guimarães, Silva Jardim, Cel. Manoel Alves e Felisberto Carrijo que, nas duas últimas décadas, vêm atraindo lojas voltadas para um público de maior poder aquisitivo, com uma variedade de lojas espalhadas pela região, desde franquias tradicionais até lojas de estilistas locais, como Bazar Original, Santa Lolla, Azzuli, Sweet Baby e Márcia Candelore.

Mapa 44 – Uberlândia (MG) - Detalhamento de todos os segmentos comerciais e de serviços no Bairro Fundinho – 2011



Fonte: JESUS, V. L. R., 2013.

Entre os empreendimentos, destacam-se também dois estabelecimentos do tipo *street mall* que se intalaram na região: o Boulevard Fashion, localizado em frente à Praça Coronel Carneiro; e a Villa Amora, localizada na Rua Bernardo Guimarães, ambos com espaço para 8 lojas e serviços de alimentação para os clientes.

É importante apontar que a inauguração do Boulevard Fashion criou bastante polêmica, pois foi construído no local que abrigava a antiga residência da família Migliorini, um importante exemplar da arquitetura moderna em Uberlândia, demolida para dar lugar ao empreendimento. A polêmica maior é que a demolição ocorre concomitantemente ao processo de requerimento do tombamento da edificação. Entretanto, vale a pena destacar que, embora fosse uma obra de grande importância arquitetônica, era de um estilo que não faz parte da tipologia padrão do bairro, inclusive tendo se utilizado da mesma técnica de demolição para sua construção, conforme apontado na ficha de bens imóveis da Secretaria de Cultura (PMU, 2013):

O contratante era Geraldo Migliorini, que havia adquirido uma propriedade em amplo terreno no Bairro Fundinho (amplo casarão em que funcionava uma loja), a qual demoliu para a construção de uma casa mais confortável e moderna.

Embora o novo *mall* tenha gerado nova dinâmica para o comércio na região, ainda encontramos na sociedade um forte debate sobre os pontos positivos e negativos que pessoas mais ou menos preservacionistas apontam para justificar ou rejeitar obras como esta. Também é importante observar que atualmente, na maior parte das edificações particulares de maior valor arquitetônico e histórico do bairro que se encontram mais bem preservadas estão justamente aquelas que, com as devidas adaptações, tornaram-se comerciais.

O segundo segmento, em número menor, é composto principalmente pelas lojas de móveis, tanto de produtos novos como de antiquários, como Dona

Malagueta, C&L Móveis e Decoração e Armazém Monopólio Decoração, instalado em um antigo casarão localizado na Rua Felisberto Carrijo, preservado e adaptado às necessidades de um imóvel comercial. Esse segmento se diferencia daquele localizado no Bairro Centro por oferecer produtos personalizados e de qualidade superior, bem como por focar também a linha de complementos para casa. E beneficia-se bastante da presença de escritórios de arquitetura e decoração localizados tanto nas imediações como no Bairro Lídice.

Foto 41 – Uberlândia (MG) – Estabelecimento comercial em edifício de valor histórico – 2013



Fonte: JESUS, V. L. R., 2013.

É importante destacar que, embora sejam lojas de rua, o foco principal de grande parte dos estabelecimentos localizados no bairro não é atrair os transeuntes - até mesmo porque não há no bairro um fluxo muito grande de pessoas nas ruas -, mas sim trabalhar com agendamento prévio e, em especial, no caso do segmento de vestuário e afins, por meio de venda consignada, em que os vendedores possuem um cadastro de clientes e enviam os produtos diretamente para a casa dos potenciais compradores.

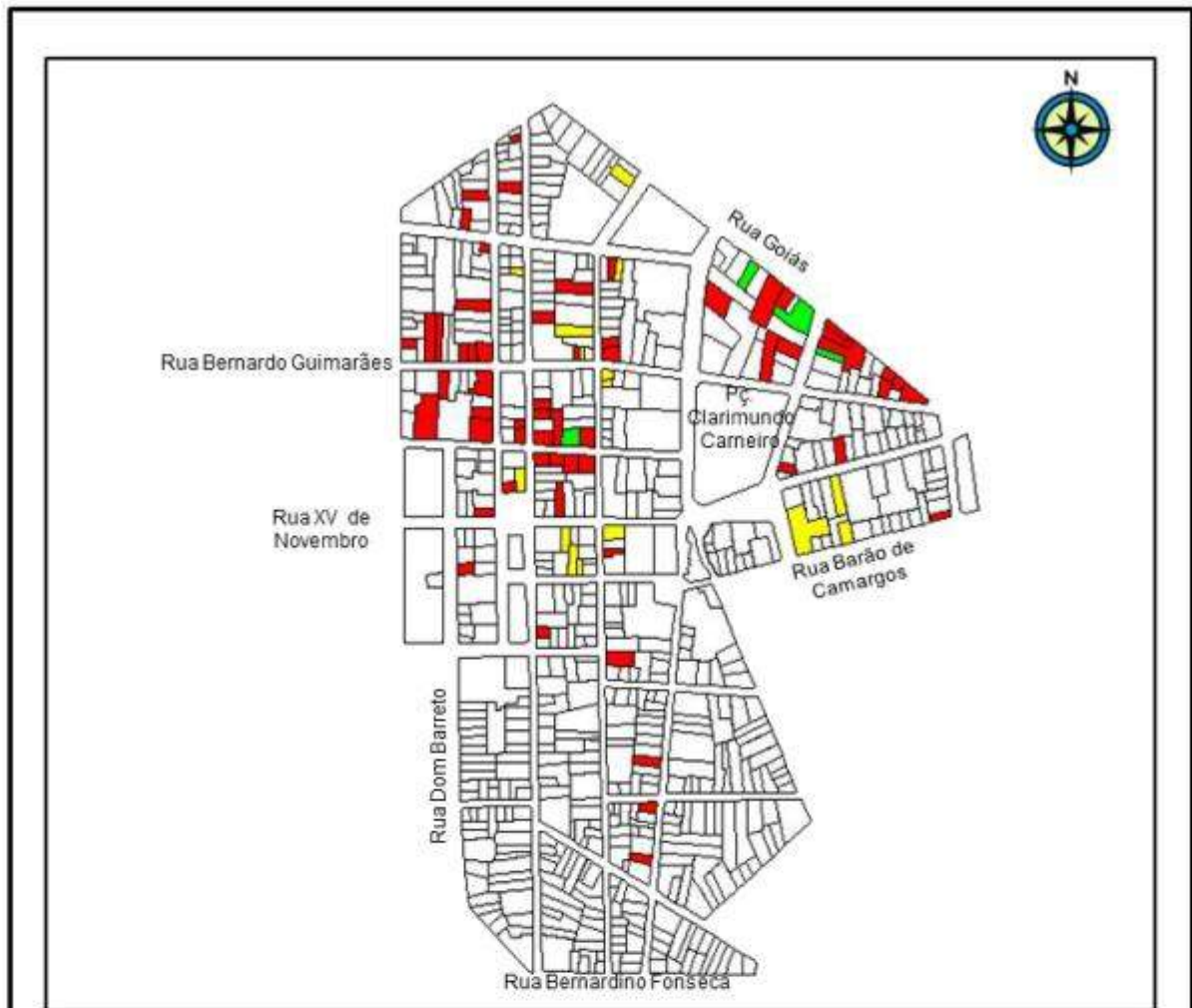
Outra característica presente no bairro é o rodízio muito grande de lojas, fator que necessita ser mais bem estudado para se conhecerem os reais motivos que

levam os estabelecimentos a fechar. Para alguns se trata de uma supervalorização do bairro, que não comportaria lojas de segmento de qualidade superior, uma vez que aquelas localizados nos *shopping centers* da cidade já suprem tal necessidade.

Entretanto, ao analisar algumas características do comércio de rua da região, podemos observar algumas peculiaridades. Primeira: algumas lojas já se encontram estabelecidas no bairro há mais de cinco anos, inclusive sem filiais nos *shopping centers* da cidade; segunda: a cada dia abrem mais lojas fora do eixo principal do bairro, localizado entre as Ruas Tiradentes e Bernardo Guimarães, mostrando que há um crescente interesse no local; terceira: os pontos comerciais cujo rodízio de lojas é mais frequente normalmente são os mesmos, o que pode indicar um mau planejamento por parte do empreendedor na hora de abrir seu negócio, acreditando que o simples fato de estar localizado no entorno de outras lojas já estabelecidas seja o suficiente para alavancar o empreendimento; porém, como apontado anteriormente, o foco dessas lojas não é o transeunte, mas sim a carteira de clientes.

Verificamos também a alteração dos segmentos de alguns pontos comerciais, que tradicionalmente possuíam lojas de vestuário e afins, para dar lugar a outros, em especial do setor de alimentação e entretenimento, conforme descreveremos a seguir. É importante destacar que se trata de uma área em constante transformação, ainda não consolidada e que necessita de estudos diversos daquele proposto pelo presente trabalho, para compreender a dinâmica específica deste bairro fundacional e essencial para a cidade.

Mapa 45 – Uberlândia (MG) - Localização das lojas de especialidades dos segmentos de vestuário, decoração e casa no Bairro Fundinho – 2011



Universidade Federal de Uberlândia
 Instituto de Geografia
 Programa de Pós-Graduação em Geografia

Tese de Doutorado:
 Do centro à Zona Sul: Análise dos espaços de consumo e lazer em Uberlândia (MG).

Autor:
 Vinicius Lino Rodrigues de Jesus.

Orientador:
 Profa. Dra. Beatriz Ribeiro Soares.

Mapa:
 Localização das lojas especializadas dos segmentos de vestuário, lojas de decoração e artigos para casa no Bairro Fundinho.

Data: Março de 2013
Escala: 1:7.807.
Fonte: Base cartográfica da Prefeitura Municipal de Uberlândia, 2013.

LEGENDA

- Lojas de vestuário, calçados e acessórios.
- Lojas de decoração e artigos para casa
- Ambos segmentos em um mesmo lote

Fonte: JESUS, V. L. R., 2013.

Quanto ao segmento de entretenimento e alimentação, no período do levantamento localizamos uma primeira concentração, no entorno da Praça Clarimundo Carneiro, de bares tipo bilhar e restaurantes que ficam abertos diariamente até tarde da noite, sendo inclusive um ponto de encontro para receber o público após o fechamento dos demais bares da cidade.

No entorno da Praça Rui Barbosa e nas Ruas Goiás e Bernardo Guimarães, no trecho que vai da praça até a Avenida João Pinheiro, há casas noturnas e bares com música ao vivo, que atraem um grande número de pessoas, em especial nos finais de semana, interferindo diretamente na dinâmica noturna desse setor do bairro e que, associados às concentrações semelhantes encontradas nos Bairros Centro e Lídice, formam o principal polo de entretenimento e lazer noturno da cidade.

Também encontramos outras concentrações desse segmento no entorno da Praça Dr. Duarte, compostas por lanchonetes e restaurantes de comida rápida que atendem principalmente os alunos das instituições de ensino superior localizadas na região, além de outro agrupamento no entorno da Praça Coronel Carneiro e nas Ruas Tiradentes e Coronel Manuel Alves, que vem atraindo cada vez mais restaurantes de serviço *à la carte* e/ou temáticos.

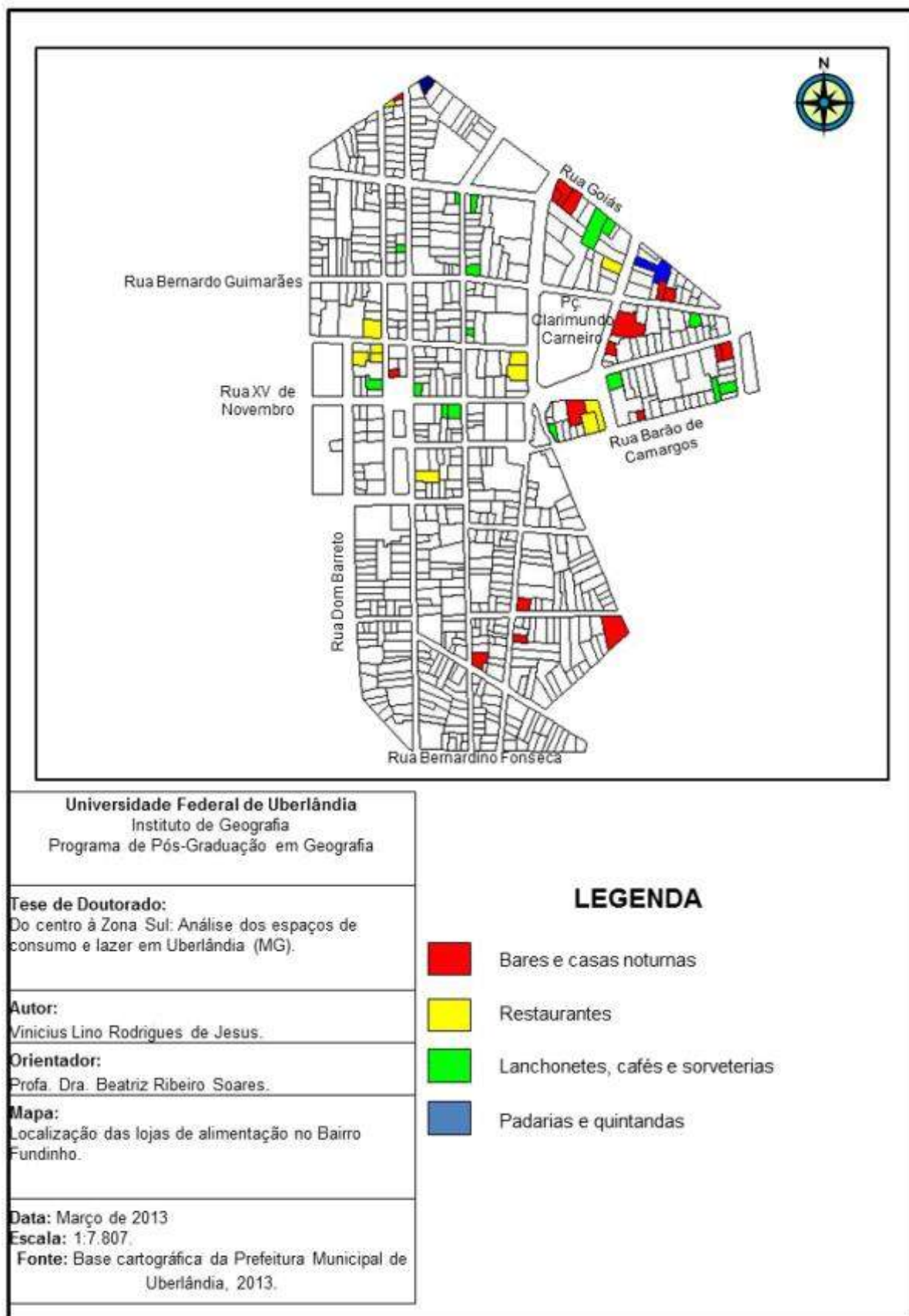
Embora não apareça no levantamento, nos últimos três anos este é um dos segmentos que mais cresceram no bairro, em especial a parte voltada para o público que busca estabelecimentos diferenciados. Na parte alta abriram novos restaurantes temáticos, com destaque para os japoneses, como o Keiretsu, o Nippon Shoku e o Mitsui Sushi, com a particularidade que dois destes, além do Miraku, instalado na região há mais tempo, estão localizados um ao lado do outro, na Rua Coronel Manuel Alves.

Outros restaurantes temáticos inaugurados foram o de comida mexicana, o Mexicali, e mais recentemente duas hamburguerias *gourmet*, a Pão Grill e a Tantan, e uma champanheria. Já no *street mall* Fashion Boulevard, foi aberto um café bar e uma filial do restaurante Mousse Cake.

O surgimento dessas novas casas vem transformando o bairro numa referência gastronômica da cidade e gerando novas dinâmicas. Uma das alterações é que parte delas ocupa tanto antigos imóveis residenciais como locais antes utilizados como lojas de especialidades. Outra é que se cria um novo fluxo de pessoas, em especial no horário noturno, mas em alguns casos também no período matutino. Um público diversificado, composto tanto por moradores das imediações como de bairros mais distantes, bem como de faixa etária diversificada, com destaque para os restaurantes japoneses, muito frequentados pelos jovens.

Também é interessante notar que a abertura dos novos estabelecimentos ocorre de forma simultânea à de duas novas praças de alimentação nos *shoppings* da cidade e de *street malls* com áreas exclusivas para restauração, mostrando a atratividade da região para o desenvolvimento de negócios desse ramo.

Mapa 46 – Uberlândia (MG) - Localização das lojas de alimentação no Bairro Fundinho – 2011



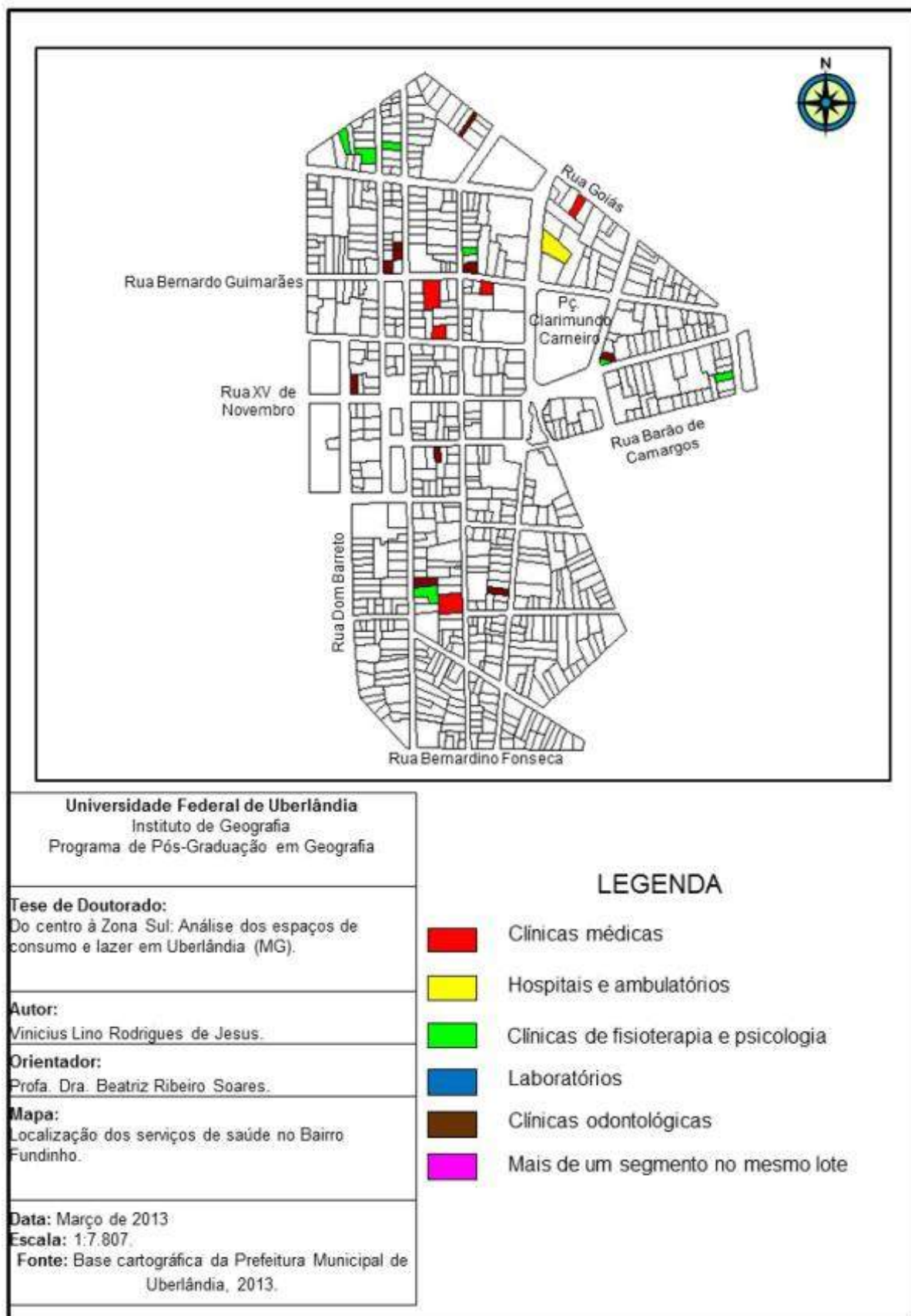
Fonte: JESUS. V. L. R., 2013.

Quanto aos serviços, inicialmente destacamos aqueles do segmento de saúde. Embora não tenham uma importância tão grande como no Bairro Centro, há alguns estabelecimentos e, à medida que o uso comercial do solo vai se consolidando no Fundinho, este se torna uma alternativa para aqueles que não conseguem se constituir no Centro.

Há uma predominância das clínicas odontológicas, seguida das clínicas de fisioterapia e psicologia e dos consultórios médicos. Uma das características é que a maioria abriga um único profissional; há poucas clínicas ou consultórios compartilhados.

Embora recentemente tenha sido lançado um empreendimento imobiliário com salas destinadas especificamente para o segmento, este ainda não é o modelo predominante. Observa-se também que a maioria desses estabelecimentos está localizada na parte alta e que não há nenhum hospital ou laboratório no bairro.

Mapa 47 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços de saúde no Bairro Fundinho – 2011



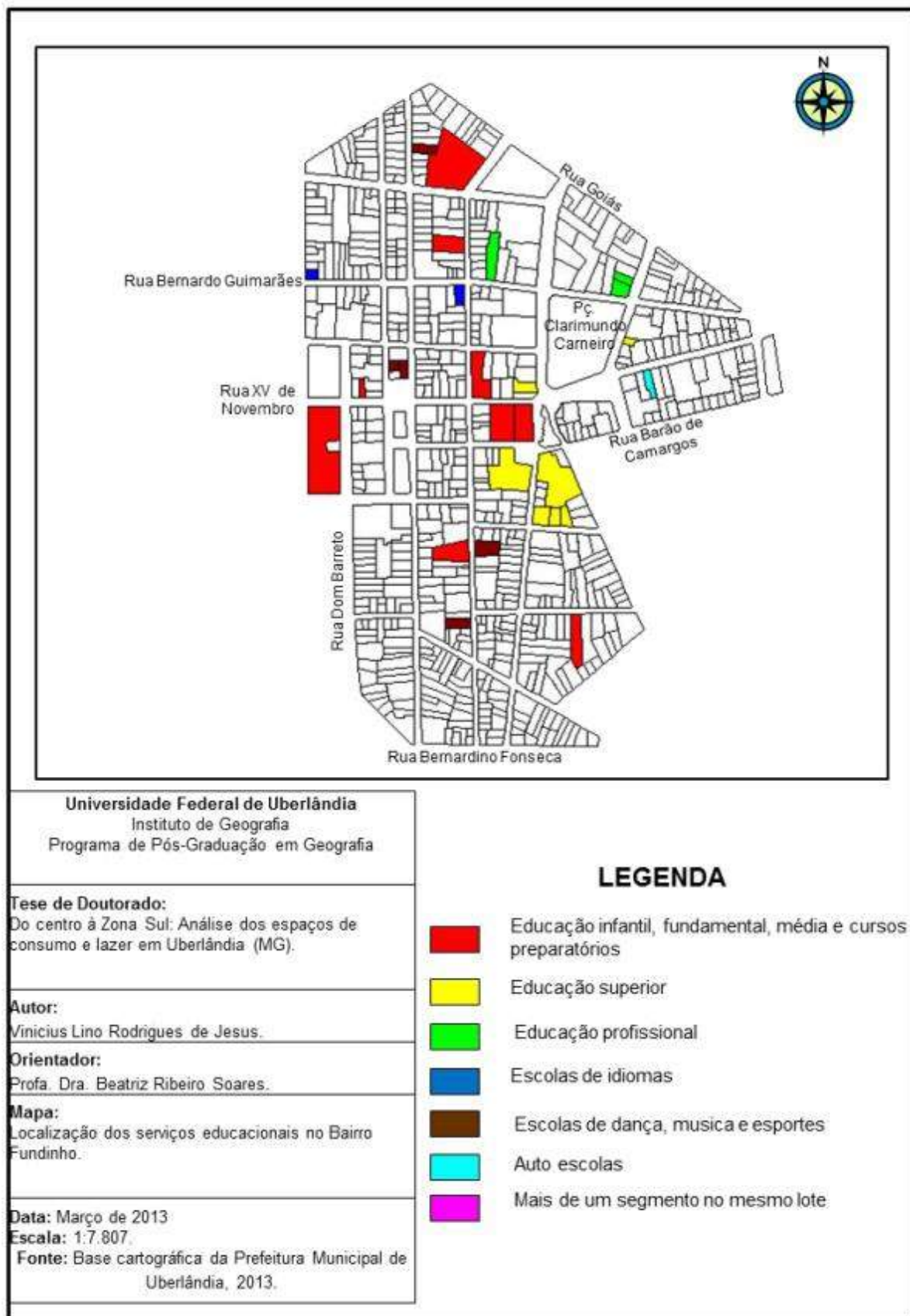
Fonte: JESUS, V. L. R., 2013.

Outro segmento importante no setor de serviços no Fundinho é o educacional, com destaque para a educação infantil, fundamental e média. Estão localizadas ali duas das escolas públicas mais tradicionais da cidade: a Escola Estadual de Uberlândia, “Museu”, na Praça Adolfo Fonseca, e a Escola Estadual Enéas de Oliveira Guimarães, na Praça Doutor Duarte, as quais, além de serem referência no ensino público, estão instaladas em edificações tombadas como Patrimônio Histórico Municipal pelo COMPAHC .

Também encontramos duas escolas particulares, o Colégio Federal e o Colégio Ressurreição Nossa Senhora, uma das escolas particulares mais tradicionais de Uberlândia; além de duas outras de ensino infantil e cursos de formação profissional.

Há a Universidade Presidente Antônio Carlos – UNIPAC, particular, que oferece cursos de graduação e pós-graduação em diversas áreas e ocupa boa parte de duas quadras do bairro, sendo um importante gerador de fluxo de pessoas para a região, em especial no período noturno, trazendo impactos diversos no entorno do *campus*, como por exemplo, a presença de lanchonetes e de serviços de fotocópias para atender seus alunos.

Mapa 48 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços educacionais no Bairro Fundinho – 2011



Fonte: JESUS, V. L. R., 2013.

Em relação aos serviços de profissionais liberais, destacam-se nos bairro basicamente três segmentos: o de escritórios de advocacia, de empresas de consultoria e de escritórios de arquitetura e decoração.

Quanto ao primeiro, há uma concentração maior na parte alta do bairro, onde encontramos alguns escritórios especializados em direito previdenciário, uma vez que nas proximidades estão as sedes do IPREMU e do INSS em Uberlândia.

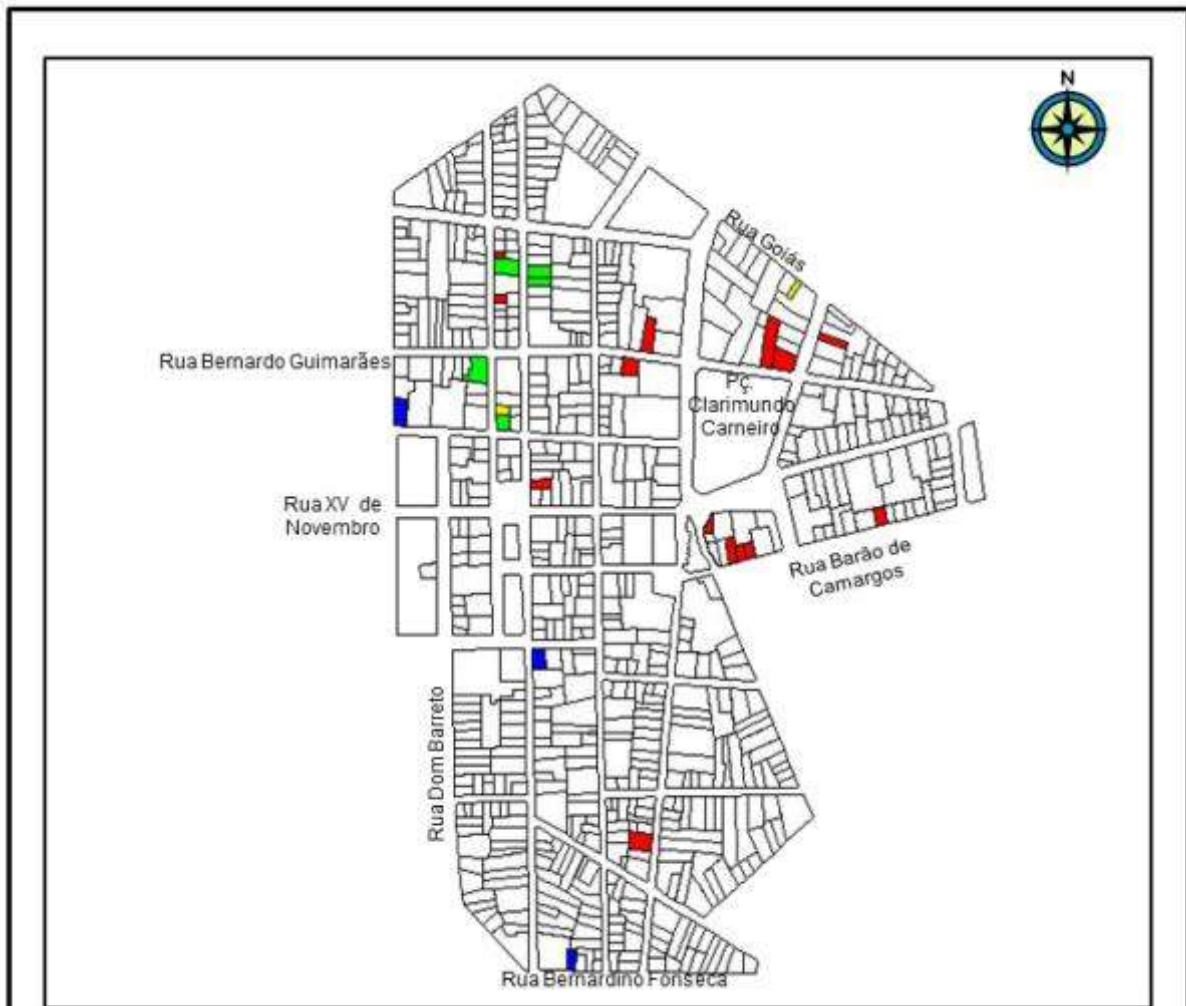
O segundo segmento é bem menos representativo e está concentrado na parte baixa; enquanto o de escritórios de arquitetura e decoração se concentra na porção alta do bairro, entre as Ruas Felisberto Carrijo e Coronel Manuel Alves, próximo às lojas de móveis e decoração localizadas no Fundinho.

Foto 42 – Uberlândia (MG) – Escritório de arquitetura em edifício de valor histórico – 2013



Fonte: JESUS, V. L. R., 2013.

Mapa 49 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços de profissionais liberais e empresas de consultoria no Bairro Fundinho – 2011



Universidade Federal de Uberlândia
 Instituto de Geografia
 Programa de Pós-Graduação em Geografia

Tese de Doutorado:
 Do centro à Zona Sul: Análise dos espaços de consumo e lazer em Uberlândia (MG).

Autor:
 Vinicius Lino Rodrigues de Jesus.

Orientador:
 Profa. Dra. Beatriz Ribeiro Soares.

Mapa:
 Localização dos serviços de profissionais liberais e empresas de consultoria no Bairro Fundinho.

Data: Março de 2013
Escala: 1:7.807.
Fonte: Base cartográfica da Prefeitura Municipal de Uberlândia, 2013.

LEGENDA

- Escritórios de advocacia
- Escritórios de contabilidade
- Escritórios de arquitetura, decoração e engenharia
- Empresas de consultoria
- Mais de um segmento no mesmo lote

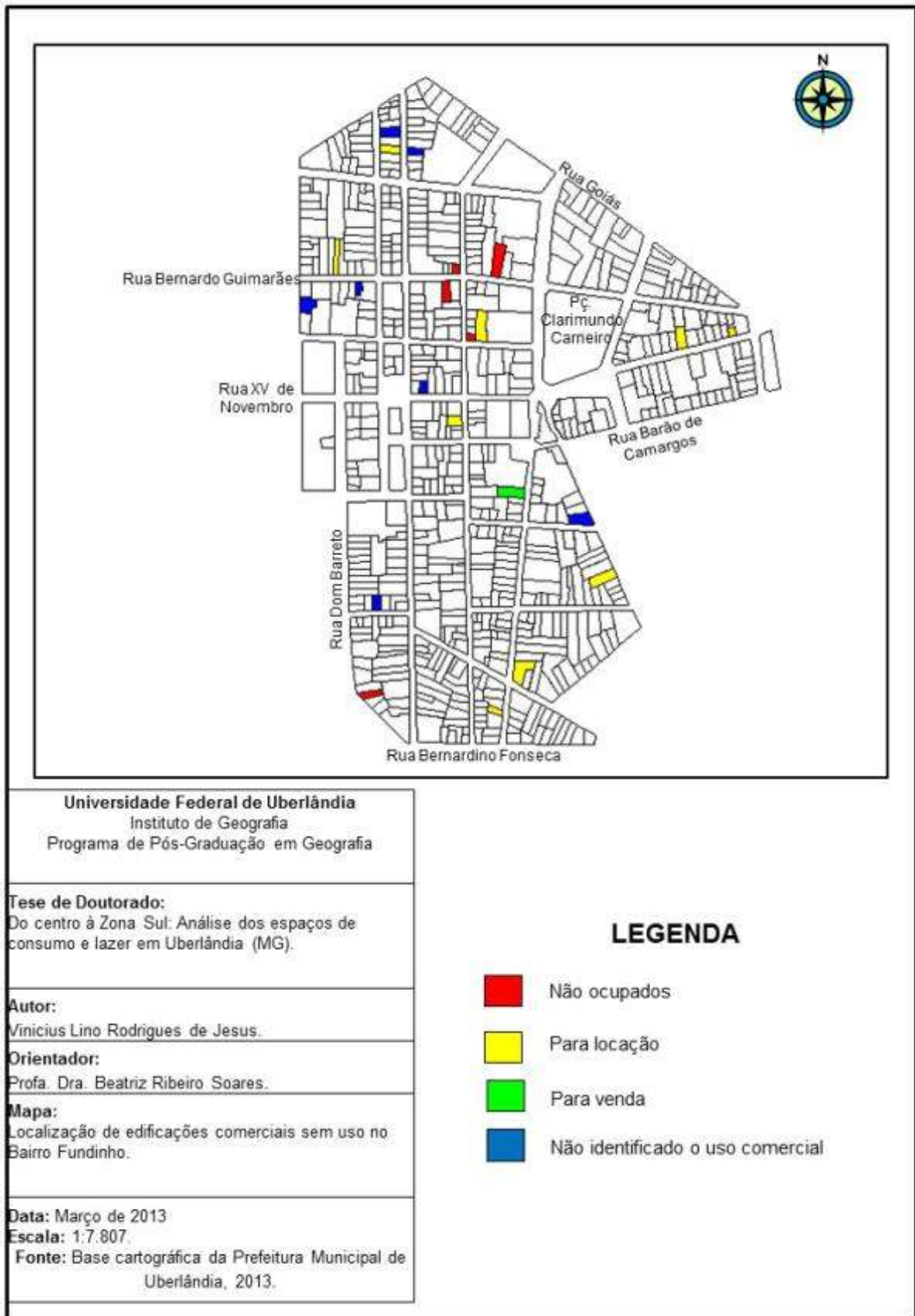
Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Também é importante analisar os espaços comerciais que se encontravam sem uso no Fundinho no período do levantamento de campo. Inicialmente destacamos aqueles em que não foram identificados os usos comerciais em função dos fatores citados anteriormente no trabalho. Estão distribuídos por todo o bairro, embora com maior concentração na porção alta.

Os imóveis disponíveis para locação ou não ocupados são a maioria daqueles sem uso no Fundinho, com uma concentração maior na parte alta, mas também com alguns na região baixa do bairro. Uma particularidade desses imóveis é que grande número daqueles localizados na parte alta já tinha uso comercial e, em função da não persistência do estabelecimento que ali se localizava, estão novamente disponíveis no mercado, embora também encontremos alguns com uso residencial.

Em relação aos imóveis à venda, encontramos apenas um no bairro, o que mostra a tendência de mudança de uso pela qual o local está passando, uma vez que não há interesse muito grande por compra de antigas residências para reforma ou substituição por uma nova. Quer seja pelos altos custos desse tipo de operação ou pela atual falta de atratividade residencial do bairro, os imóveis acabam sendo ofertados para o uso comercial, por meio da locação.

Mapa 50 – Uberlândia (MG) - Localização de imóveis sem uso no Bairro Fundinho – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

4.2.5 Estrutura comercial no Lídice

A estrutura comercial do Lídice encontra-se distribuída por todo o bairro, com a predominância dos serviços sobre o comércio de rua. Está concentrada principalmente nas bordas do bairro, que são vias de alto fluxo de veículos, e nas Ruas Duque de Caxias e Olegário Maciel, que fazem a ligação com a Zona Sul da cidade e também são vias de intenso tráfego.

Outra característica marcante do setor comercial é que, embora o bairro ainda seja predominantemente residencial, apenas pequena parte das lojas de rua é voltada para o comércio de vizinhança e, assim como no Fundinho, diferencia-se da área central por não apresentar um comércio bastante diversificado, com a presença basicamente de lojas de especialidades e de alimentação.

Também se caracteriza pela tipologia dos estabelecimentos, com muitos deles instalados em antigas residências adaptadas às necessidades de cada negócio. Em razão disso, não encontramos muitos de uso misto, uma vez que a maior parte dos empreendimentos ocupa a totalidade das antigas residências.

Mapa 51 – Uberlândia (MG) - Detalhamento de todos os segmentos comerciais e de serviços no Bairro Lídice – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Em relação ao comércio de rua destacam-se, assim como no Fundinho, dois segmentos principais: o de vestuário, calçados e acessórios e o de lojas de decoração e artigos para casa. Quanto ao primeiro, embora encontremos algumas lojas voltadas para o segmento de luxo, como a Glaucia Sampaio, localizada à Rua Rodolfo Corrêa, a maior concentração está na Rua Olegário Maciel, composta em sua maioria por lojas independentes.

Foto 43 – Uberlândia (MG) – Loja de rua voltada para o segmento luxo no Bairro Lídice – 2013

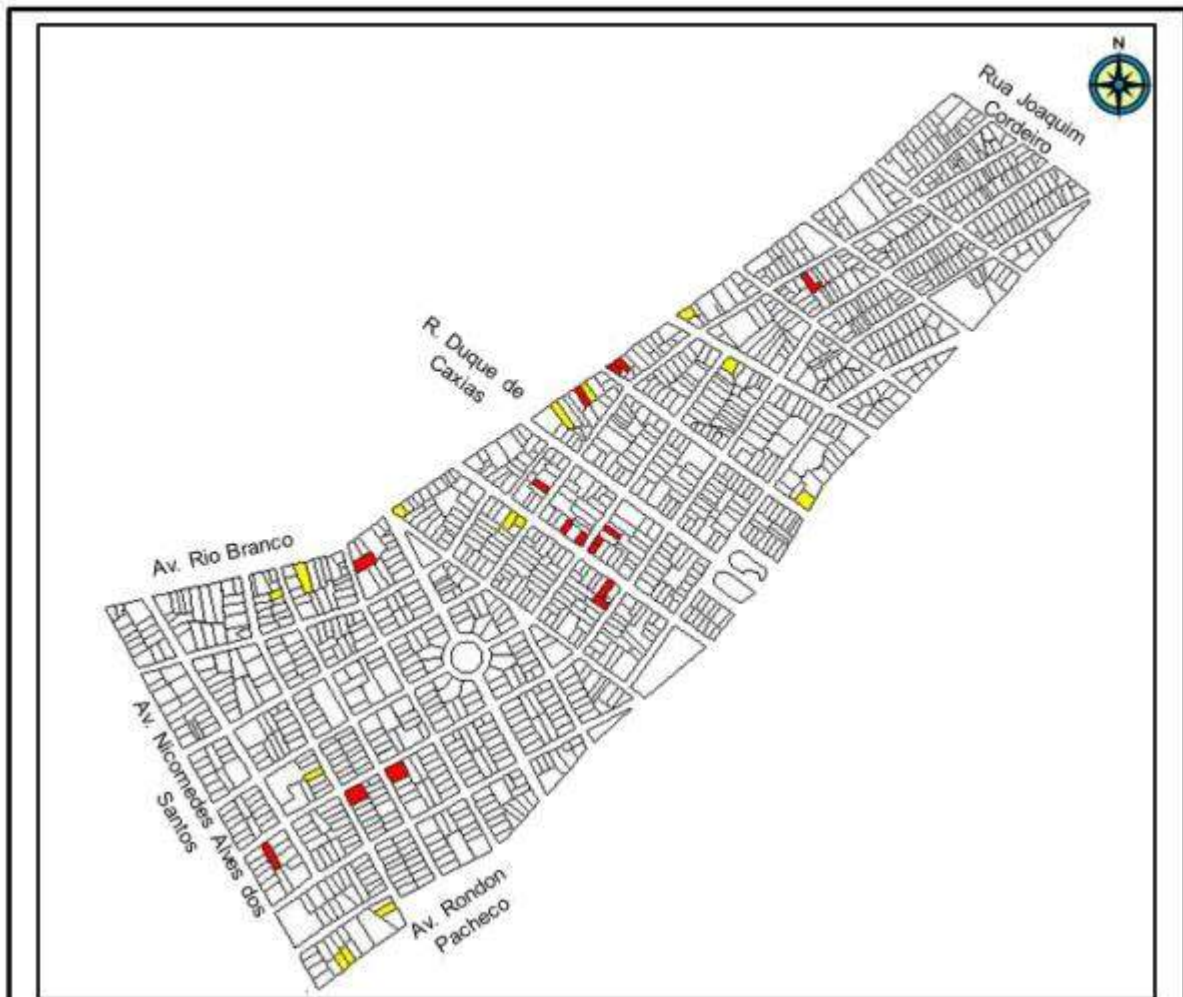


Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

As do segundo segmento são em sua maioria lojas de móveis, acessórios e decoração para casa, bem como algumas de acabamentos e materiais de construção, como a Telha Sul, localizada à Avenida Rondon Pacheco.

Todavia, é importante destacar que, apesar de estes serem os segmentos predominantes no bairro em relação às lojas de especialidades, nenhum deles possui grande destaque nas suas respectivas áreas, tanto em relação à Zona Central como à cidade.

Mapa 52 – Uberlândia (MG) - Localização das lojas de especialidades dos segmentos de vestuário, decoração e casa no Bairro Lídice – 2011



Universidade Federal de Uberlândia
 Instituto de Geografia
 Programa de Pós-Graduação em Geografia

Tese de Doutorado:
 Do centro à Zona Sul: Análise dos espaços de consumo e lazer em Uberlândia (MG).

Autor:
 Vinicius Lino Rodrigues de Jesus.

Orientador:
 Profa. Dra. Beatriz Ribeiro Soares.

Mapa:
 Localização das lojas especializadas dos segmentos de vestuário, lojas de decoração e artigos para casa no Bairro Lídice.

Data: Março de 2013
Escala: 1:7.807.
Fonte: Base cartográfica da Prefeitura Municipal de Uberlândia, 2013.

LEGENDA

- Lojas de vestuário, calçados e acessórios
- Lojas de decoração e artigos para casa
- Ambos segmentos em um mesmo lote

Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Entre as lojas de alimentação destacam-se os bares e restaurantes da Avenida Rondon Pacheco, que se instalaram na região a partir do final da década de 1990 e nos últimos anos consolidaram-se como outro importante polo gastronômico na cidade, não só no trecho pertencente ao Bairro Lídice, mas em toda a extensão entre as Avenidas Nicomedes Alves dos Santos e João Naves de Ávila, com destaque para empreendimentos como a Pizzaria Hippopizza e Chopperia Ilha do Sol, pioneiras nesse movimento.

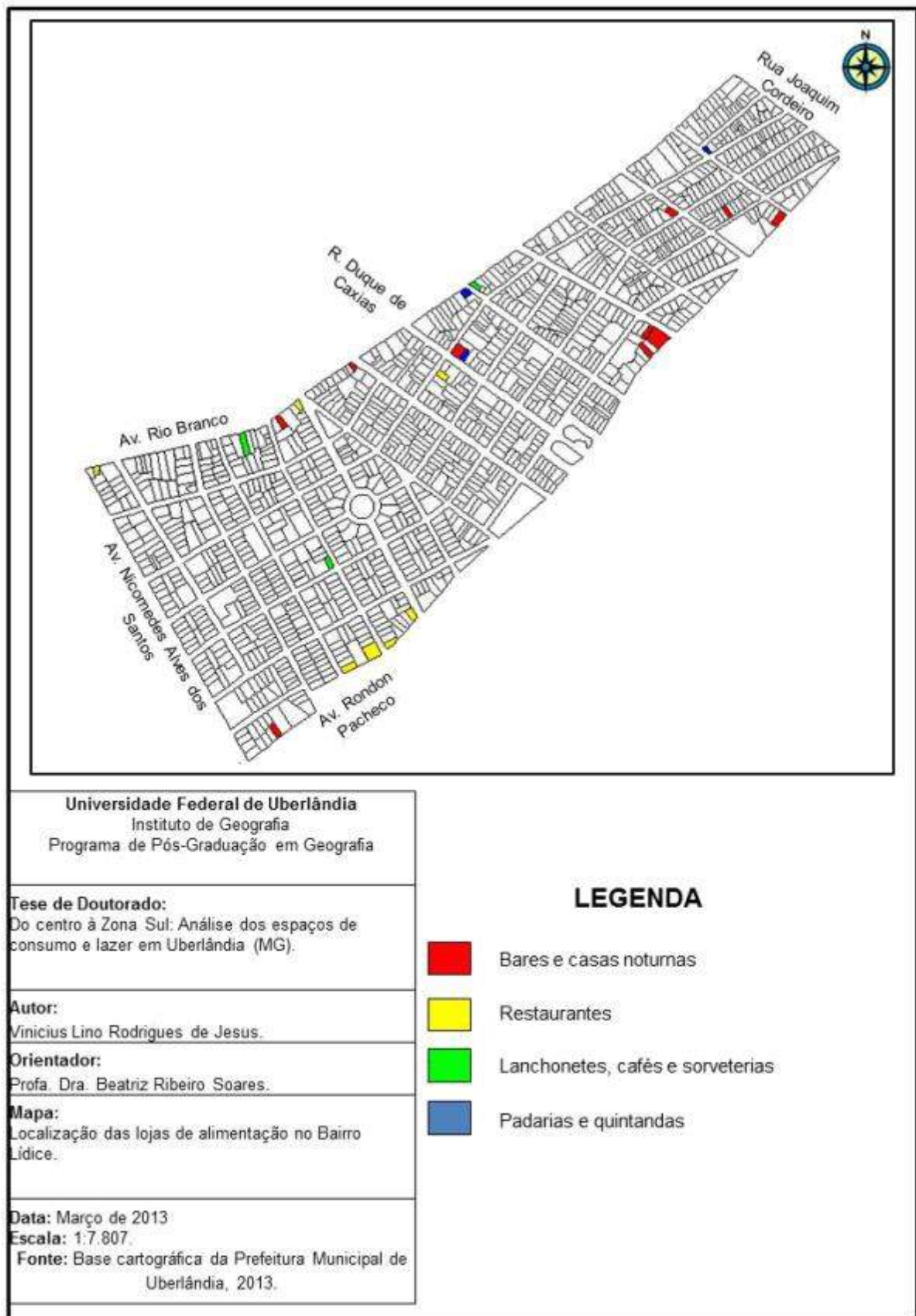
Foto 44 – Uberlândia (MG) – Restaurante instalado na Avenida Rondon Pacheco – 2013



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

A maior parte dos demais estabelecimentos é composta por pequenos bares, lanchonetes e padarias que funcionam como comércio de vizinhança. Entretanto, embora não conste no levantamento realizado, vêm surgindo novos empreendimentos na Rua Barão de Camargos, como o Bar Flag e a Cervejaria Sexta Ceva, próximo aos bares, restaurantes e casas noturnas já existentes nos Bairros Centro e Fundinho, indicando uma nova expansão dos limites deste polo de lazer e entretenimento.

Mapa 53 – Uberlândia (MG) - Localização das lojas de alimentação no Bairro Lídice – 2013



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Com relação aos serviços, destacamos inicialmente os da área de saúde, com importante presença no bairro, em especial no primeiro e segundo trechos, e concentração localizada em toda a extensão da Avenida Nicomedes Alves dos Santos.

A maior parte desses estabelecimentos é de consultórios médicos de especialidades diversas e de consultórios odontológicos, sendo que em geral estão instalados em antigas residências e, em alguns casos, compartilhando o imóvel com o uso residencial.

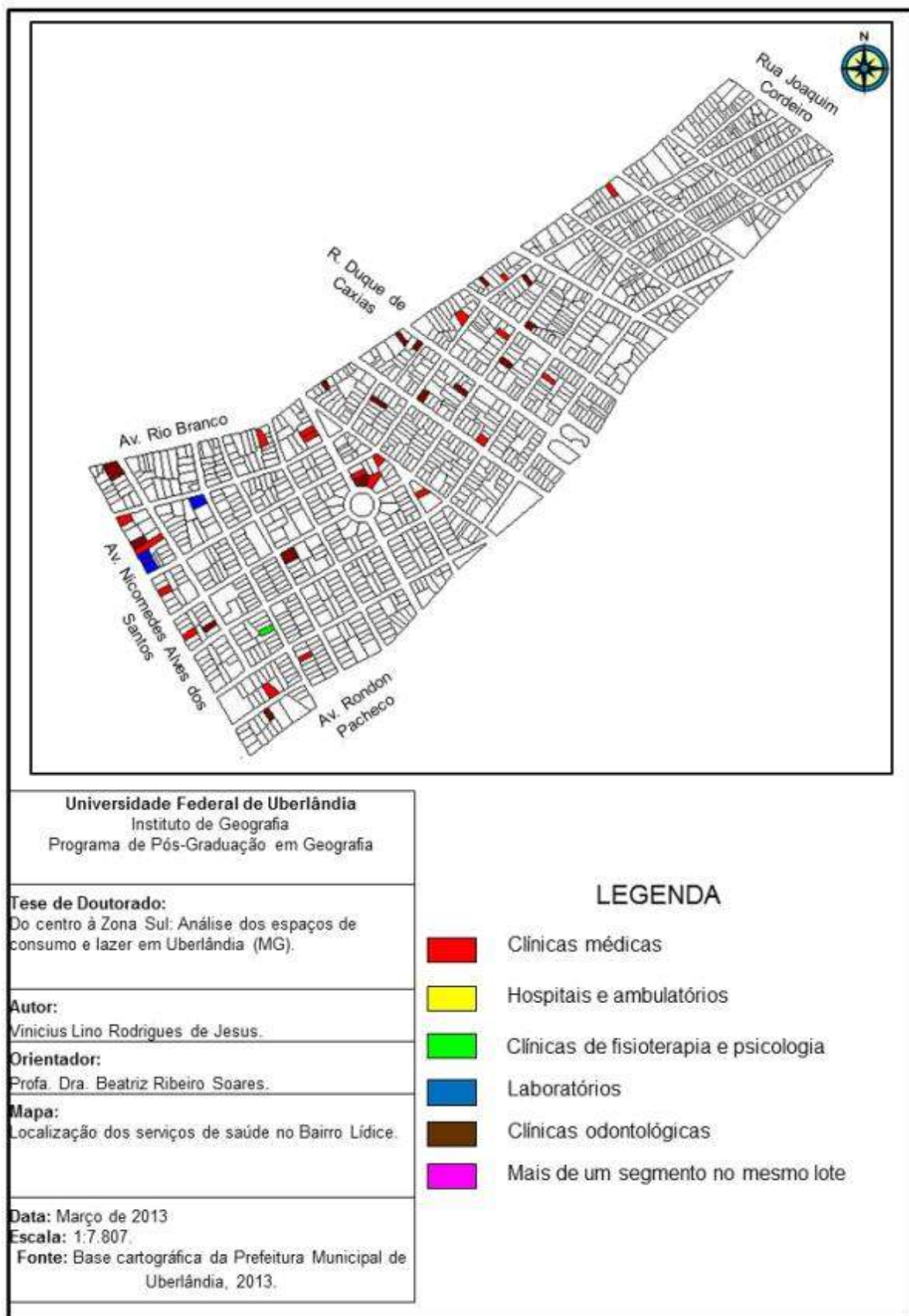
Devido à grande oferta de imóveis unifamiliares residenciais ainda existentes no bairro, a região desponta, assim como o Fundinho, para os profissionais que desejam abrir clínica ou consultório, como alternativa à concentração de clínicas no Bairro Centro.

Foto 45 – Uberlândia (MG) – Antiga residência adaptada para consultório odontológico – 2013



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Mapa 54 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços de saúde no Bairro Lídice – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Outros serviços tão presentes quanto os de saúde são os de profissionais liberais e os escritórios de consultoria, localizados em sua maioria no primeiro trecho do bairro, ocupando antigas residências de alto padrão.

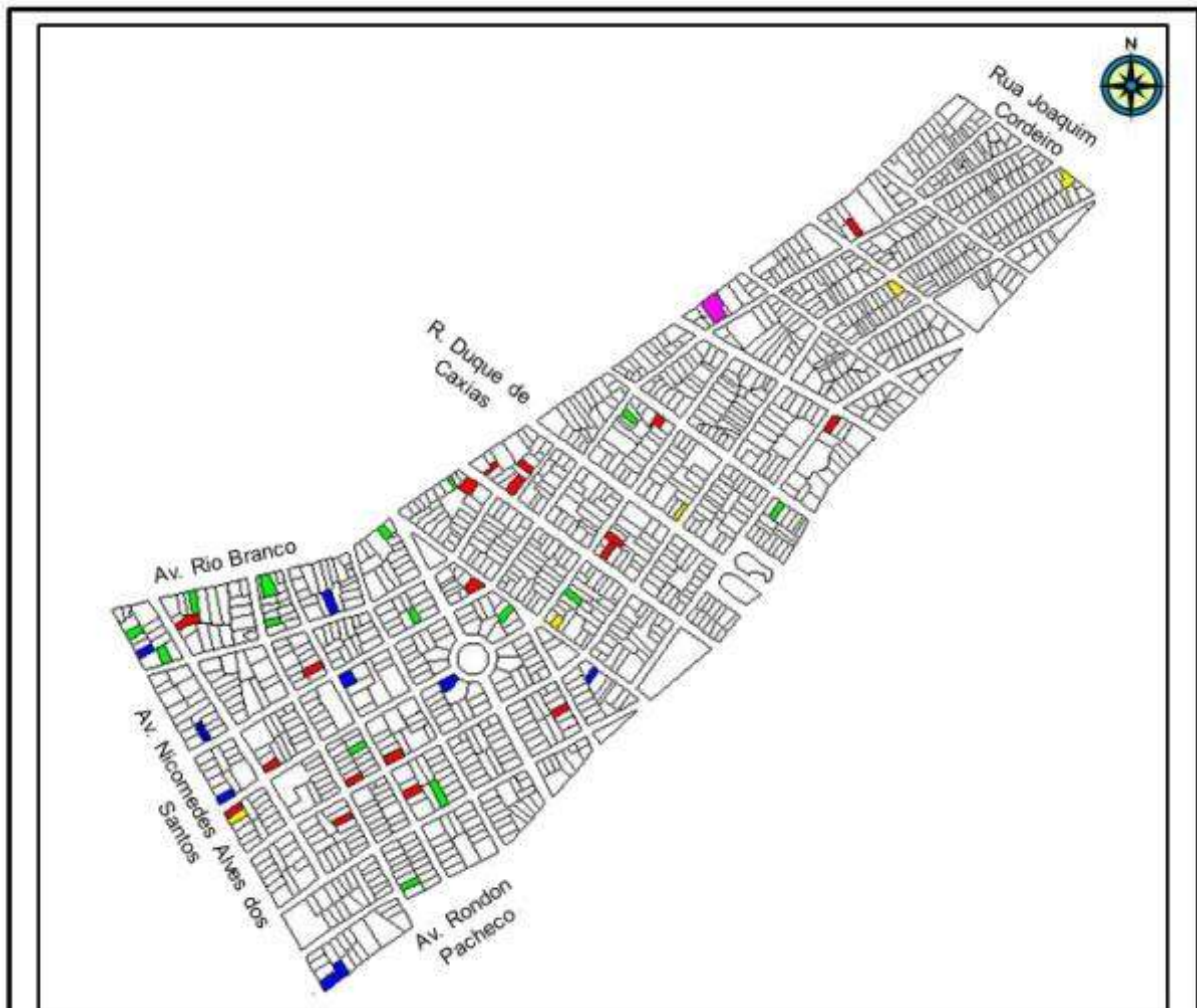
Há predominância dos escritórios de advocacia, arquitetura e engenharia, além de empresas de consultoria em segmentos diversos. No caso dos escritórios de advocacia, encontramos alguns de uso exclusivo e outros junto com o uso residencial. Destacam-se os escritórios de arquitetura e engenharia, cuja concentração, associada à sede de construtoras e imobiliárias no próprio bairro e nos vizinhos Fundinho e Centro, torna este setor uma referência no segmento de serviços de construção civil da cidade.

Foto 46 – Uberlândia (MG) – Escritório de arquitetura no Bairro Lídice – 2013



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Mapa 55 – Uberlândia (MG) - Localização dos serviços de profissionais liberais e empresas de consultoria no Bairro Lídice – 2011



<p align="center">Universidade Federal de Uberlândia Instituto de Geografia Programa de Pós-Graduação em Geografia</p>
<p>Tese de Doutorado: Do centro à Zona Sul: Análise dos espaços de consumo e lazer em Uberlândia (MG).</p>
<p>Autor: Vinicius Lino Rodrigues de Jesus.</p>
<p>Orientador: Profa. Dra. Beatriz Ribeiro Soares.</p>
<p>Mapa: Localização dos serviços de profissionais liberais e empresas de consultoria no Bairro Lídice.</p>
<p>Data: Março de 2013 Escala: 1:7.807. Fonte: Base cartográfica da Prefeitura Municipal de Uberlândia, 2013.</p>

LEGENDA

- Escritórios de advocacia
- Escritórios de contabilidade
- Escritórios de arquitetura, decoração e engenharia
- Empresas de consultoria
- Mais de um segmento no mesmo lote

Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

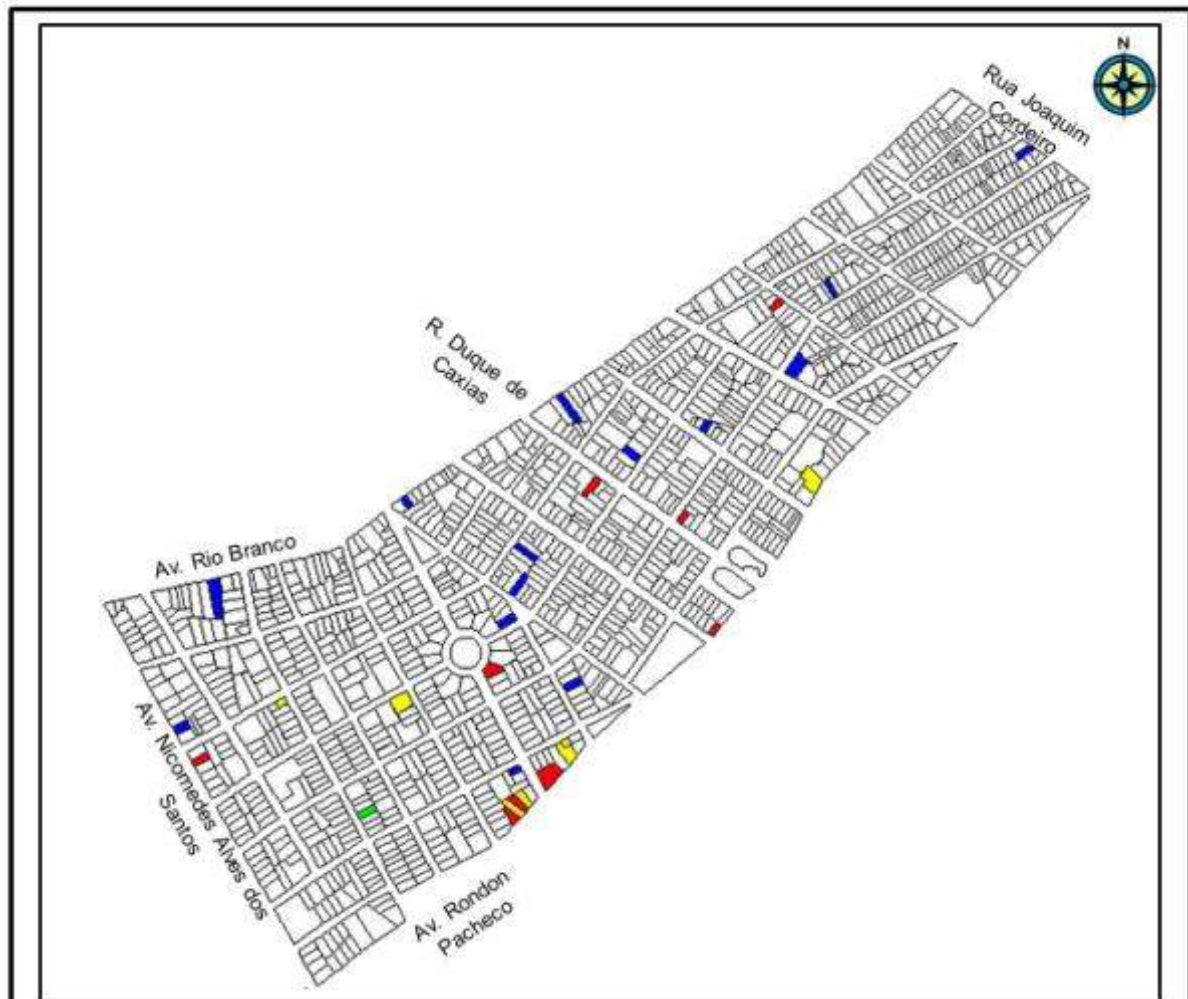
Quanto aos espaços comerciais que se encontravam sem uso no bairro no período do levantamento de campo, destacamos inicialmente aqueles em que não foram identificados os usos comerciais, em função dos fatores citados anteriormente no trabalho, que são a maioria no levantamento.

A segunda frequência predominante é dos imóveis sem uso, com destaque para os localizados à Avenida Rondon Pacheco, onde estava concentrada a maior parte dos imóveis disponíveis para locação. Atualmente, ainda encontramos alguns imóveis sem uso ou para alugar nesse trecho, mas em número bem menor que no período anterior, fato favorecido sobretudo pela consolidação de negócios que já se encontravam na região e por novos segmentos que buscam se instalar nesse eixo de comércio, o qual a cada dia se valoriza mais, como as agências bancárias, lojas de móveis, concessionárias de automóveis, drogarias, bares e restaurantes.

Embora não tenha sido realizado um novo levantamento no ano de 2013, verifica-se que há oferta maior de imóveis para locação, sobretudo na parte interna do bairro, o que pode indicar a aceleração do uso comercial na região.

Outro fator que fortalece tal aceleração é que, no período do levantamento, foi encontrado apenas um imóvel à venda, apontando falta de interesse na venda dos imóveis para uso residencial, assim como diagnosticado no Bairro Fundinho.

**Mapa 56 – Uberlândia (MG) - Localização de imóveis sem uso no Bairro Lídice
- 2011**



Universidade Federal de Uberlândia
Instituto de Geografia
Programa de Pós-Graduação em Geografia

Tese de Doutorado:
Do centro à Zona Sul: Análise dos espaços de consumo e lazer em Uberlândia (MG).

Autor:
Vinicius Lino Rodrigues de Jesus.

Orientador:
Profa. Dra. Beatriz Ribeiro Soares.

Mapa:
Localização de edificações comerciais sem uso no Bairro Lídice.

Data: Março de 2013
Escala: 1:7.807.
Fonte: Base cartográfica da Prefeitura Municipal de Uberlândia, 2013.

LEGENDA

- Não ocupados
- Para locação
- Para venda
- Não identificado o uso comercial

Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

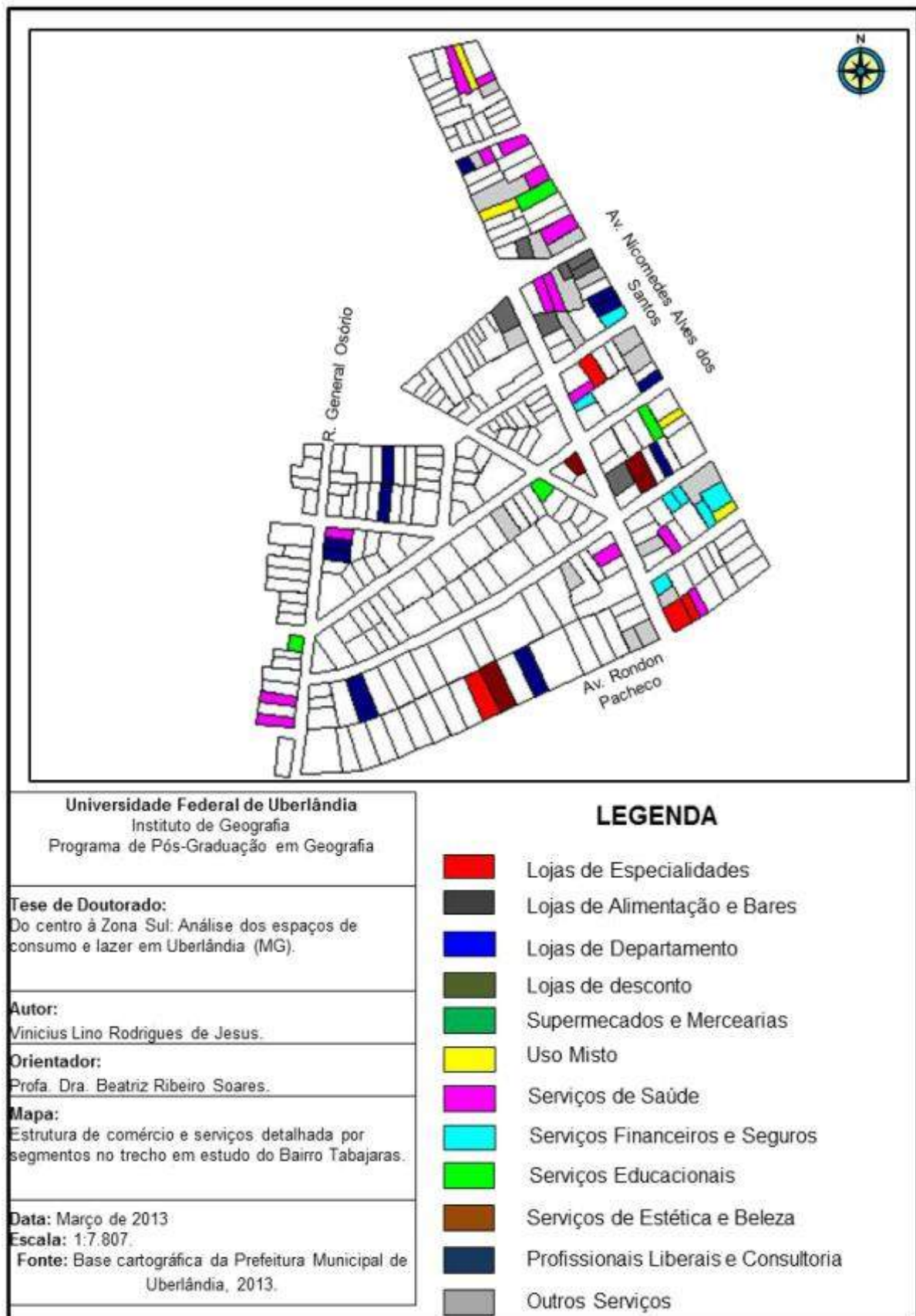
4.2.6 Estrutura comercial do Tabajaras

Em relação à estrutura comercial do trecho em estudo do Bairro Tabajaras, encontramos duas vias já consolidadas: a Avenida Nicomedes Alves dos Santos, com predominância do uso de serviços; e a Rua Augusto César, cujo processo é um pouco mais recente e apresenta combinação de serviços e comércio de rua.

Também encontramos outras duas vias em fase de consolidação do uso comercial, a Rua General Osório e a Avenida Rondon Pacheco, cada uma com características de ocupação distintas. No caso da primeira, trata-se de uma via com uso residencial consolidado com casas de alto padrão, onde o processo de troca de uso se dá de forma lenta e pontual. No segundo caso, a maior parte dos lotes disponíveis está vazia e, devido a seu alto valor, tendem a ser colocados no mercado por meio de contratos de locação de longo prazo para a instalação de empreendimentos que se utilizam desse sistema.

Após o levantamento, algumas dessas áreas já foram ocupadas ou estão em fase de desenvolvimento, com a instalação de uma franquia da lanchonete de *fast food* McDonald's; um galpão com duas salas comerciais, uma ocupada por loja de móveis e outra por escola de cursos preparatórios de concursos e pós-graduação; e uma em fase final de construção com dois edifícios, um destinado a agência do Banco do Brasil e o outro, a concessionária de veículos.

Mapa 57 – Uberlândia (MG) - Detalhamento de todos os segmentos comerciais e de serviços no trecho em estudo do Bairro Tabajaras – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Quanto à estrutura comercial desse trecho do Bairro Tabajaras, no comércio de rua se destacam as lojas de alimentação, em especial no entorno da Praça Ladário Teixeira, que na época do levantamento possuía três estabelecimentos e hoje já conta com cinco empreendimentos do tipo. Além deles, há o Restaurante Lazineiro, que se encontra na esquina da praça, e cuja localização é no Bairro Fundinho; e outros quatro estabelecimentos localizados nas quadras contíguas, formando outro polo de gastronomia. Todos, somando-se aos polos dos Bairros Fundinho, Lídice e Centro, apontados anteriormente, mostram o potencial desta região para o setor.

As lojas de especialidades ainda são em número reduzido. Assim como nos Bairros Fundinho e Lídice, são principalmente dos segmentos de vestuário, calçados e acessórios e/ou de lojas de decoração e artigos para casa. Mas a abertura recente de um *street mall* na Rua Augusto César, com espaço para 10 lojas, sendo duas do segmento de alimentação e oito de vestuário e afins, seguindo a tendência observada anteriormente nos Bairros Centro e Fundinho, aumenta a participação das lojas de especialidades na região e pode ser um fator de atração para novos negócios, em especial do segmento de luxo.

Foto 47 – Campanha de divulgação da Galeria Yazo no Facebook



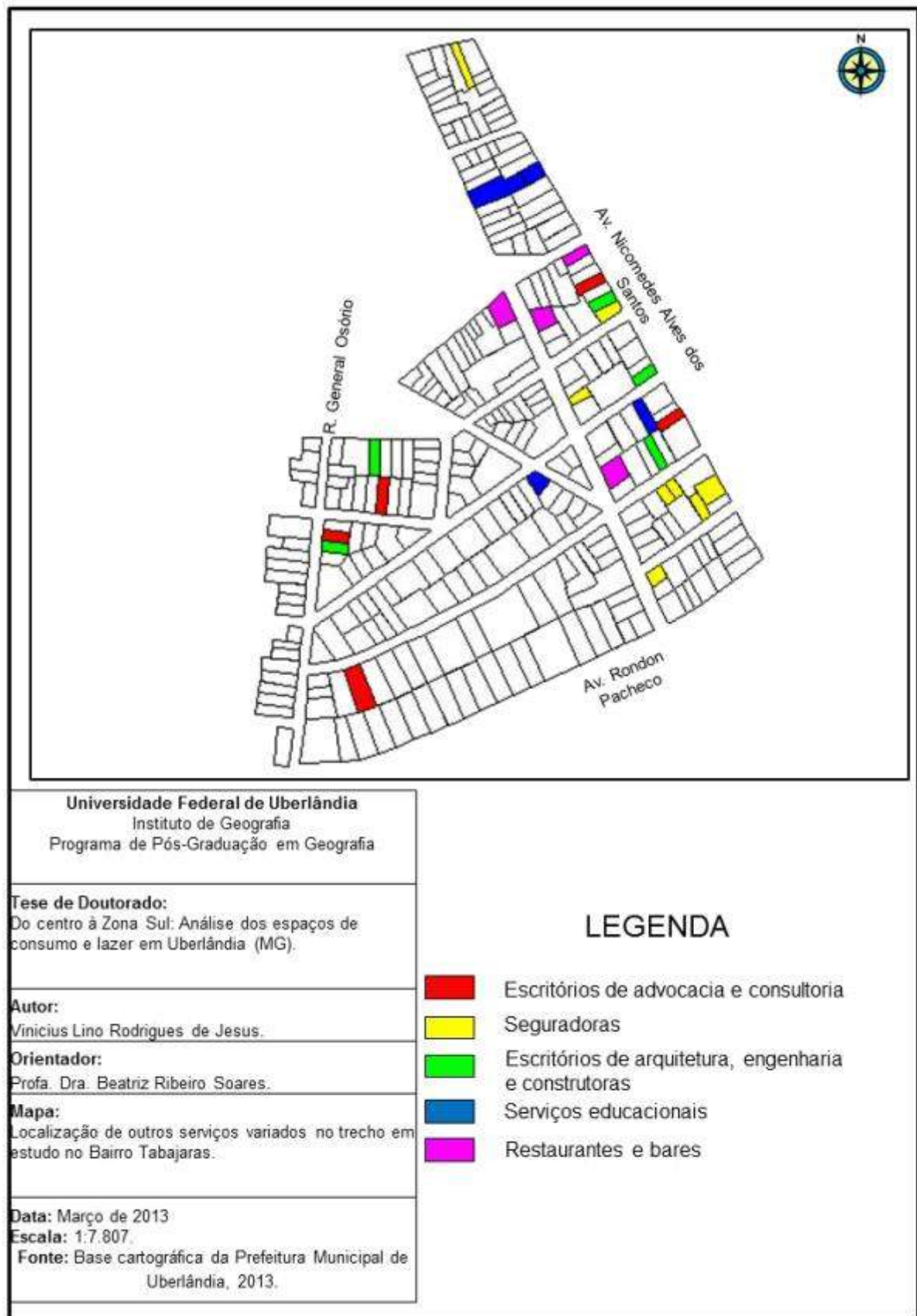
Fonte: Página Galeria Yazo no Facebook – Acessado em 18 out. 2013.

Nos serviços, destacam-se as seguradoras, com filiais de grandes empresas multinacionais e nacionais como a HDI Seguros e a Porto Seguro, localizadas entre a Avenida Nicomedes Alves dos Santos e a Rua Augusto César.

Também encontramos alguns escritórios de arquitetura, engenharia e de construtoras, reforçando a presença do segmento na área central, conforme citado anteriormente. Outros serviços de destaque são os educacionais e os de advocacia.

Porém, é importante notar que essa região é a que concentra o setor residencial de mais alto padrão da Zona Central e, devido às características das construções existentes, de grandes dimensões e valor elevado, não é muito atrativa para desenvolvimento de atividades comerciais em geral, à exceção das vias citadas anteriormente, voltadas para alguns segmentos bem específicos em que o *status* de estar em local nobre é fator diferencial para o negócio.

Mapa 58 – Uberlândia (MG) - Localização de serviços e comércios variados no trecho em estudo do Bairro Tabajaras – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

**CAPÍTULO 5 - O SURGIMENTO DE UMA
NOVA CENTRALIDADE – A ZONA SUL DE
UBERLÂNDIA**

5.1 INTRODUÇÃO

Conforme já foi apontado, a cidade é dividida oficialmente em cinco zonas distintas: Leste, Oeste, Norte, Sul e Centro, das quais a Zona Centro é a mais antiga e a Zona Sul, a de consolidação mais recente. Ao verificarmos a distribuição da população pelas cinco regiões, de acordo com os dados do censo de 2010 do IBGE, percebemos que há uma distribuição equitativa entre elas, com aproximadamente 93 mil habitantes morando na Zona Norte, 125 mil na Zona Sul, 137 mil na Zona Leste, 140 mil na Zona Oeste e 85 mil na Zona Centro, sendo que a Zona Norte e a Central são aquelas com menor dimensão e a Zona Sul e Leste, as com maior número de vazios urbanos e, conseqüentemente, maior potencial de crescimento.

A Zona Sul atualmente é composta por 17 bairros integrados: Carajás, Cidade Jardim, Granada, Jardim Karaíba, Jardim Inconfidência, Lagoinha, Laranjeiras, Morada da Colina, Nova Uberlândia, Pampulha, Patrimônio, Santa Luzia, São Jorge, Saraiva, Shopping Park, Tubalina e Vigilato Pereira. Além desses, há ainda dois bairros não aprovados por lei, o Ibiporã e o Bosque Karaíba.

De todos, o bairro com maior dimensão é o Shopping Park, com área de 7,24 Km² e o menor é o Lagoinha, com 0,56 km². Já a maior população encontra-se no Bairro São Jorge, que conta com 26.564 habitantes e a menor, no Bairro Nova Uberlândia, com 956 moradores.

Da população total da Zona Sul, 30,72% têm até 19 anos; 35,70%, de 20 a 39 anos; 25,54%, de 40 a 59 anos; e 8,04%, mais de 60 anos. Portanto, a maioria da população (66,42%) é formada por jovens e adultos jovens, diferentemente do que ocorre nos bairros da área central analisados, onde havia um equilíbrio na faixa etária da população residente.

Figura 30 – Uberlândia (MG) – Distribuição populacional da Zona Sul da cidade de Uberlândia – 2011

BAIRRO	Pop. Tot. Bairro	ÁREA (Km²)*	Nº De Domicílios	POPULAÇÃO																					
				SEXO		FAIXA ETÁRIA																			
				Mas.	Fem.	Menos de 1 Ano	01 a 04 Anos	05 a 09 Anos	10 a 14 Anos	15 a 19 Anos	20 a 24 Anos	25 a 29 Anos	30 a 34 Anos	35 a 39 Anos	40 a 44 Anos	45 a 49 Anos	50 a 54 Anos	55 a 59 Anos	60 a 64 Anos	65 a 69 Anos	70 a 79 Anos	80 a 89 Anos	90 a 99 Anos	100 Anos ou mais	
Tubalina	8.960	1,32	3.283	4.284	4.698	136	433	811	641	738	617	630	789	863	682	683	366	468	207	288	313	111	13	1	
Cidade Jardim	7.378	2,60	2.471	3.667	3.771	88	348	428	474	603	628	607	620	390	688	678	343	431	278	188	228	88	8	0	
Nova Uberlândia	2.092	3,40	956	1.435	1.437	48	263	281	196	193	183	263	320	303	243	196	133	77	63	29	33	11	0	0	
Patrimônio	4.420	0,95	2.113	2.113	2.307	62	211	223	234	353	407	493	497	363	388	323	279	283	143	188	139	40	8	0	
Morada da Celina	2.925	2,72	1.093	1.438	1.468	16	92	188	204	284	266	231	211	216	278	274	284	188	113	69	86	21	3	0	
Vigilante Pereira	3.736	1,32	1.388	1.763	1.971	32	133	188	227	277	360	383	294	230	287	314	279	241	168	182	130	33	14	1	
Saraka	10.019	1,13	4.436	4.699	3.328	186	363	428	340	821	1.172	1.038	878	728	692	724	688	341	427	321	397	188	14	1	
Jardim Karaka	3.098	2,74	1.013	1.517	1.581	37	146	211	238	289	252	188	211	284	303	241	243	243	91	47	34	23	7	0	
Granada	13.118	2,19	4.437	6.391	6.727	223	736	923	1.090	1.118	1.678	1.241	1.389	1.237	1.183	937	674	423	287	186	210	62	9	1	
São Jorge	26.364	4,38	8.239	13.861	13.381	383	1.691	2.228	2.364	2.638	2.337	2.388	2.232	2.048	2.182	1.788	1.338	928	604	421	430	134	34	1	
Laranjeiras	19.488	4,58	6.323	9.681	9.722	384	1.090	1.338	1.736	1.888	1.386	1.788	1.732	1.639	1.789	1.288	943	674	462	287	373	98	17	2	
Itaperã*	218		78	138	188	3	38	28	23	34	6	8	23	27	41	11	9	2	3	2	4	0	0	0	
**Demais Sul	18.012		6.479	9.283	9.888	243	1.048	1.388	1.387	1.372	1.734	1.772	1.713	1.382	1.423	1.443	1.137	874	638	463	311	188	28	3	
Shopping Park + Condomínio Bosque Karaka	4.098	7,23	1.603	2.138	1.938	73	317	384	388	388	411	323	363	447	416	282	247	178	128	61	38	19	3	1	
Totais	125.841	28,38	34.883	58.822	52.491	1.483	5.492	7.132	8.283	9.132	9.688	9.383	9.143	8.274	8.274	7.538	5.884	4.314	2.943	1.942	2.386	633	117	7	

Fonte: IBGE 2010. Fonte de área: Base cartográfica municipal - DPE

*Entre o subgrupo apontado por lá: - / **Demais Bairro com dados agregados: - Lagoa da - Carajá - Pampulha - Santa Lúcia - Jardim Escobedreira

Fonte: Secretaria Municipal de Planejamento Urbano - PMU, 2011.

A Zona Sul da cidade surge de forma espontânea aos finais do século XIX onde o núcleo rural Patrimônio da Abadia abrigava a população de baixa renda da cidade. Já a partir da década de 1930, com a expansão da cidade para além dos limites da Zona Central, nascem novos bairros contíguos a este setor, como o Bairro Saraiva.

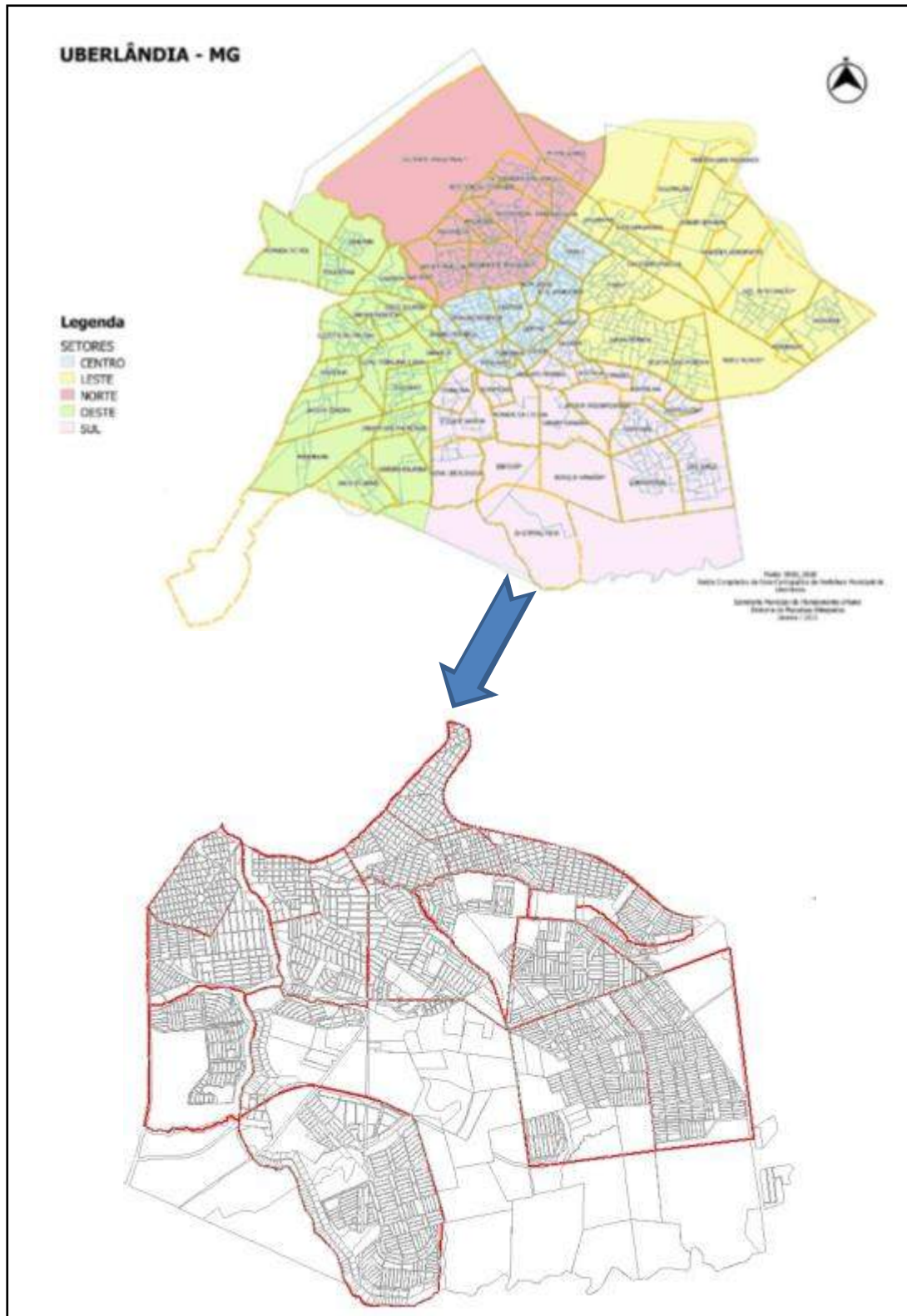
A localização da Charqueada Omega em 1921, no Patrimônio, procurava aproveitar a sazonalidade do uso da força de trabalho nas lavouras, coincidindo com o período de matança do boi, quando efetivamente utilizava-se uma grande quantidade de mão de obra. E até a década de 1950, o local contava com uma infraestrutura precária, mesmo após a criação de um conjunto de casas num programa habitacional da Fundação Casa Popular (RAMIRES, 1998:240).

Nas décadas seguintes outros bairros se consolidam, como o Lagoinha e o Tubalina. Já na década de 1970 é aberta a Avenida Nicomedes Alves dos Santos, ligando o Bairro Centro ao setor, e aparecem bairros como o Jardim Karaíba e o Morada da Colina, com foco na classe média alta da cidade, a qual buscava novos locais para fixação de residência fora da Zona Central da cidade.

O empreendimento “Jardim Karaíba” localizado na Zona Sul da cidade de Uberlândia, foi concebido no ano de 1980 com o objetivo de atender a uma classe média que não tinha opção de morar em um bairro com características especiais, tendo como prioridade a “qualidade de vida” (Grupo Karaíba. Disponível em <<http://www.karaiba.com.br>>. Acessado em 01/10/2013.).

Nos anos seguintes surgem os bairros mais afastados, localizados próximo aos limites da zona urbana da cidade, voltados para a população de mais baixa renda, e conjuntos habitacionais, como São Jorge e Laranjeira. Mais recentemente foram criados novos bairros como o Shopping Park e o Nova Uberlândia. Além deles, há espaço para criação de loteamentos dentro da zona urbana do setor, uma vez que existem duas grandes áreas ainda não urbanizadas, ao lado direito e ao esquerdo do Shopping Park, conforme pode ser identificado na figura abaixo.

Figura 31 – Localização dos bairros na Zona Sul de Uberlândia



Fonte: Secretaria Municipal de Planejamento Urbano - PMU, 2011.

5.2 A URBANIZAÇÃO DA ZONA SUL DE UBERLÂNDIA

Podemos dividir a Zona Sul em três setores distintos: o primeiro localizado na parte leste, separado fisicamente pelo Rio Uberabinha, onde encontramos os Bairros Cidade Jardim, Tubalina e Nova Uberlândia. O acesso principal à região se dá pelas Avenidas Getúlio Vargas, Sílvio Rugani e Uirapuru. Este setor possui características bem distintas, sendo o Bairro Tubalina o de ocupação mais antiga e com predominância de residências unifamiliares de população de classe média baixa; entretanto, nos últimos dez anos ocorreu um rápido processo de verticalização.

Já o Cidade Jardim foi um loteamento que buscava se diferenciar dos demais bairros de Uberlândia por estar localizado numa área próxima ao Rio Uberabinha, com características eminentemente residenciais e vista privilegiada para o centro da cidade. O bairro é dividido em duas partes, uma primeira com lotes de 1.000 m² voltados principalmente para a classe de maior poder aquisitivo; e outra com lotes menores, em média de 300 m², para a classe média.

Quanto ao Bairro Nova Uberlândia, é composto por uma parte de moradias unifamiliares de população de classe média baixa e outra por um conjunto de condomínios horizontais fechados, chamados Jardins, da empresa FGR Urbanismo S/A, voltados à população de alta renda da cidade.

O segundo setor é aquele localizado na porção oeste da Zona Sul, constituída pelos Bairros Saraiva, Lagoinha, Carajás, Santa Luzia, Granada, Laranjeiras e São Jorge. O acesso principal à região se dá pelas Avenidas João Naves de Ávila e Vereador Carlito Cordeiro/Geraldo Abrão. Trata-se da área mais densamente povoada da Zona Sul e com características distintas, de acordo com cada bairro.

O Bairro Saraiva é o de urbanização mais antiga e possui tanto um setor de residências de alto padrão, como de padrão médio e médio baixo, tendo passado por intenso processo de verticalização e substituição do uso residencial do solo para o comercial nos últimos anos.

Já os demais bairros são compostos basicamente por residências unifamiliares, voltados para população de classe média, média baixa e baixa. Entretanto, é uma região que se desenvolveu bastante nos últimos anos, atraindo tanto o setor imobiliário, visando condomínios verticais, como o setor comercial, inclusive sendo considerado por alguns autores como um subcentro já consolidado, conforme apontam Evangelista & Novais (2013, p. 8):

As atividades de comércio e serviços encontram-se distribuídas por todo o Bairro São Jorge, mas existem algumas vias que concentram uma maior quantidade destas atividades. Uma das vias importantes no que se refere à concentração de atividades terciárias é a Rua Raul Petronílio de Pádua... Hoje com três bancos situados nesta região (Bradesco, Itaú e Sicoob), também encontram uma agência para empréstimo pessoal e uma casa lotérica, que presta serviços bancários. Há supermercados de redes (BRETAS), lojas de vestuário que realizam algumas atividades bancárias, por possuírem caixas eletrônicos, os serviços de maior complexidade hoje não exigem o deslocamento para outras áreas da cidade.

O último setor da Zona Sul é o central, que inclui os Bairros Patrimônio, Vigilato Pereira, Morada da Colina, Jardim Karaíba, Jardim Inconfidência, Bosque Karaíba, Ibiporã e Shopping Park. O acesso à região se dá principalmente pelas Avenidas Francisco Galassi e Nicomedes Alves dos Santos. À exceção de trechos dos Bairros Shopping Park e Patrimônio, uma característica comum é a predominância de residências unifamiliares de classe média alta e classe alta.

Todavia, uma análise mais detalhada nos permite identificar as diferenças de cada bairro. O Patrimônio possui dois setores distintos, um mais tradicional, com forte presença de população negra e de baixa renda, onde ainda predominam as residências unifamiliares ou multifamiliares do tipo cortiço, com várias residências

em um mesmo lote. Já na segunda parte, após intenso processo de verticalização ocorrido na última década, prevalecem os condomínios verticais voltados para a população de classe média e média alta, processo este que se iniciou com a construção de edifícios de até quatro pavimentos. Atualmente há edificações de médio e grande portes.

Os Bairros Vigilato Pereira, Morada da Colina, Jardim Karaíba e Jardim Inconfidência possuem basicamente residências unifamiliares dirigidas para classe média alta e classe alta, construídas em lotes que variam de 250 m² a 1.000 m², dependendo do setor do bairro. Também é onde encontramos os principais condomínios horizontais fechados da cidade e um setor comercial em desenvolvimento. Todavia, uma importante característica desses bairros é o grande número de lotes vagos ainda disponíveis, muitos dos quais de propriedade de poucas pessoas, que seguram os imóveis com objetivos de especulação imobiliária.

Os principais exemplos são os Bairros Ibiporã e Bosque Karaíba, que ainda não foram aprovados por lei, e se caracterizam pelos grandes vazios urbanos, sendo que o primeiro possui um trecho composto por chácaras e segundas residências na parte que beira o Rio Uberabinha. As demais áreas de ambos os bairros são constituídas por grandes lotes ou glebas onde já se encontram alguns equipamentos comerciais ou de serviços, como o Uberlândia Shopping Center e o Centro Universitário do Triângulo; alguns condomínios horizontais fechados já implantados e uma série de outros, tanto horizontais como verticais, em fase de desenvolvimento.

Quanto ao último bairro, o Shopping Park, encontramos nele tanto lotes de grandes dimensões, semelhantes aos dos bairros anteriores onde estão sendo implantados condomínios verticais e horizontais; como grandes áreas ocupadas por

equipamentos comerciais e de serviços, com destaque para os clubes de lazer e salões de eventos. Também possui áreas de loteamento tradicionais, voltadas para o público de classe média, média baixa e baixa renda, sendo uma região onde se implantaram grandes conjuntos habitacionais de moradias unifamiliares do programa federal de habitação popular *Minha Casa, Minha Vida*.

Para o presente trabalho optou-se por trabalhar apenas com este setor central da Zona Sul. A escolha se dá em função da necessidade de delimitação de uma área na qual fosse possível realizar o mapeamento e que possuísse características homogêneas, tanto em termos de ocupação do espaço urbano como do desenvolvimento comercial. Outro fator diz respeito à proximidade do setor com a Zona Central e a existência de apenas dois eixos viários principais que fazem a ligação centro/bairro. Por fim, é uma região que passa por um processo de rápida transformação de área eminentemente residencial para uso misto, com potencial para tornar-se um novo subcentro comercial com forte impacto no comércio de vizinhança, mas não apenas limitado a ele, atraindo também consumidores de outras zonas da cidade e até mesmo de cidades vizinhas.

Assim, para analisar a evolução da atividade comercial deste setor da Zona Sul de Uberlândia foram realizados o levantamento do uso e ocupação do solo e o detalhamento daqueles com uso comercial ou misto dos imóveis das Avenidas Francisco Galassi e Nicomedes Alves dos Santos, em dois momentos distintos: o primeiro em julho de 2010 e o segundo, em outubro de 2013.

As duas avenidas foram escolhidas por serem os principais eixos de ligação viária entre este setor da Zona Sul e a Zona Central da cidade e por apresentarem, no ano de 2010, a maior concentração de atividade comercial da área. Atividade esta que recentemente começa a se desenvolver com maior intensidade também em

outras vias da região, as quais, embora não tenham sido mapeadas devido à pouca ou nenhuma relevância que possuíam no ano de 2010, serão objeto de algumas observações no decorrer deste capítulo.

Com o objetivo de possibilitar melhor compreensão da área em estudo, apresentamos os mapas a seguir com análise de toda a extensão da Avenida Francisco Galassi, enquanto a Avenida Nicomedes Alves dos Santos será dividida em dois setores.

O primeiro trecho da Avenida Nicomedes Alves dos Santos, que vai da Praça Clarimundo Carneiro até a Avenida Rondon Pacheco, não será considerado neste capítulo, uma vez que faz parte dos Bairros Lídice e Tabajaras e já foi objeto de análise no capítulo anterior. Assim, o primeiro setor é aquele que se inicia na Avenida Rondon Pacheco e se estende até a Rua Rafael Marino Neto. Já o segundo setor vai desta avenida até seu final junto à Avenida Leste, localizada no Bairro Shopping Park, trecho este onde ainda predominavam os grandes vazios urbanos no ano de 2010, conforme pode ser visto na figura a seguir.

A recente valorização pela qual tem passado o espaço urbano no setor central da Zona Sul de Uberlândia, que ainda é apenas uma fase inicial desse processo, vem gerando mudanças que têm contribuído para a alta no preço dos terrenos e para uma “euforia imobiliária” na classe incorporadora, que induz cada vez mais a valorização da área e vende uma imagem de rentabilidade e de retorno seguro.

Figura 32 – Uberlândia (MG) – Imagem aérea das Avenidas Francisco Galassi e Nicomedes Alves dos Santos – 2011



Fonte: Google Earth, adaptado por JESUS, V.L.R., 2011.

Durante muitos anos essa região teve como característica principal um desenvolvimento contínuo, mas em ritmo pouco acelerado, sendo o exemplo maior disso o loteamento CityUberlândia, que, embora localizado a curta distância da área central, com grande disponibilidade de lotes a preços bem atrativos, permaneceu praticamente estagnado por mais de duas décadas.

Apesar de ser uma região cujos incorporadores e proprietários de terra haviam planejado para que fosse a mais nobre da cidade, só viria a se consolidar a partir do fim da década de 1990 como área residencial e é somente aos finais dos anos 2000 que começa a surgir uma atividade comercial mais intensa. Assim, se no período inicial verificamos a evolução mais lenta, nos últimos 10 anos observamos justamente o oposto, um rápido crescimento que trouxe uma série de novos desafios

para a região como um todo e transformou drasticamente o perfil de ocupação desse espaço urbano, até então composto basicamente por residências unifamiliares.

Com relação ao uso residencial, surgem duas novas tipologias de moradia no setor: o de condomínios horizontais fechados e os verticais. A primeira tipologia surge no ano de 1994 com o lançamento do condomínio Guanambi e, de acordo com Silva (2012, p. 101), no ano de 2012 já havia neste setor 21 empreendimentos semelhantes (Quadro 11).

Até o último levantamento, realizado em outubro de 2013, pelo menos outros seis loteamentos já haviam sido lançados ou estavam em fase de pré-lançamento na região, todos localizados nos Bairros Ibiporã, Bosque Karaíba e Shopping Park, ou seja, fora do eixo dos primeiros condomínios da área. Além desses, diversos outros empreendimentos foram lançados nos demais setores da Zona Sul, como nos Bairro Tubalina, Laranjeiras e Lagoinha.

Quadro 11 – Número de condomínios horizontais fechados na Zona Sul em 2012

Condomínios horizontais fechados		
Nome do condomínio	Ano de lançamento	Bairro
Condomínio Guanambi	1994	Jardim Karaíba
Villagio da Colina	1998	Morada da Colina
Oscarino Chaves	2000	Morada da Colina
Vila do Sol	2000	Jardim Karaíba
Gávea Hill I	2000	Morada da Colina
Gávea Hill II	2000	Morada da Colina
Residencial Inglês Itapema	2001	Jardim Karaíba
Jardins Barcelona	2002	Nova Uberlândia
Vila Real	2003	Jardim Inconfidência
Bosque Karaíba	2004	Jardim Karaíba
Jardins Roma	2004	Nova Uberlândia
Royal Park Residence	2004	Jardim Inconfidência
Village Le Premier	2004	Jardim Inconfidência
Vila dos Ipês	2007	Jardim Karaíba
Gávea Paradiso	2007	Morada da Colina
Solares da Gávea	2007	Morada da Colina
Reserva do Vale	2007	Morada da Colina

Village Karaíba	2007	Jardim Karaíba
The Palms House & Club	2009	Bosque Karaíba
Jardins Gênova	2010	Nova Uberlândia
Vale dos Vinhedos	2011	Morada da Colina

Fonte: SILVA, Kássia Nunes, 2012. Adptado por JESUS, V.L.R., 2011.

Trata-se, portanto, não mais de uma tendência, mas um formato residencial consolidado, que tende a se expandir, uma vez que ainda há grande disponibilidade de área livre para tais empreendimentos e os últimos lançamentos foram sucesso de comercialização. Exemplo recente foi o lançamento de um empreendimento da empresa Cyrela, tradicional construtora de São Paulo que, vendo a expansão dos condomínios em Uberlândia, decidiu lançar um empreendimento próprio em parceria com investidores locais. Em menos de cinco horas de venda esgotaram-se todos os lotes da primeira fase de comercialização, conforme anunciado em suas propagandas pós-vendas.

Figura 33 – Divulgação do empreendimento Cyrela Landscape em Uberlândia



Fonte: Cyrela Landscape. Disponível em <<http://www.cyrelandscape.com.br/>>. Acesso em 04 jan. 2014.

Existem basicamente três formatos de comercialização desses empreendimentos. No primeiro, é vendido apenas o lote para que o comprador construa sua própria residência de acordo com suas necessidades e gostos, seguindo sempre aquelas regras pré-estabelecidas nos regimentos internos de cada

condomínio. Normalmente são lotes de 250 m² até 1.000 m², grandes espaços para lazer e voltados principalmente para o público de classe alta e média alta, embora alguns dos últimos lançamentos já foquem também a classe média.

Esse tipo de empreendimento foi o predominante na primeira fase dos condomínios deste setor da Zona Sul, e se diferenciam de acordo com a dimensão do empreendimento, que podemos classificar como: de pequeno porte, com até 50.000 m², como o Villagio da Colina e o Village Karaíba; de médio porte, de até 150.000 m² como o Reserva do Vale e o Vila Real; e de grande porte, que podem chegar até os 500.000 m² como os Jardins Barcelona e o Gávea Paradiso.

O segundo formato é aquele no qual o próprio incorporador constrói a casa, oferecendo um leque variado de opções de plantas, com tamanhos, formatos e estilos arquitetônicos distintos, conforme apontado por Moura (2008, p. 103):

Em alguns condomínios horizontais, os moradores (não só os de maior poder aquisitivo) escolhem o projeto da casa para ser construída, como é o caso do Condomínio Ecológico Paradiso, que oferece oito tipos de projetos, cujas principais diferenças nos projetos, além da metragem de área construída, é a quantidade de quartos com suíte.

É o modelo mais direcionado à classe média alta, que ao mesmo tempo em que busca comprar uma residência já pronta, aproveitando inclusive as facilidades de financiamento para esse tipo de imóvel, procura também a personalização e a diferenciação de sua residência. Entretanto, esse é um modelo que não prosperou nos condomínios localizados na Zona Sul e na cidade como um todo.

Já o último tipo é aquele no qual a comercialização é feita já com a casa, que segue padronização única, às vezes com pequenas alterações de *layout*, podendo ser tanto casas independentes como geminadas. Normalmente o condomínio é de porte pequeno ou médio e oferece sobrados em lotes de dimensão reduzida, às vezes inferior a 250 m². Em geral os espaços comuns são restritos a uma pequena área de lazer comunitária. Destinam-se à classe média e à média baixa, com casas

cujas metragens podem variar bastante, de acordo com o perfil do público que se deseja atingir. Exemplos são o Village LePremier e o The Palms House & Club.

Variação dos três modelos citados, que começa a ser utilizada nos últimos lançamentos, ainda em fase inicial de construção, é a adoção de lotes comerciais dentro do condomínio, em geral nas bordas do loteamento onde se tem acesso direto ao sistema viário.

A Zona Sul de Uberlândia terá um novo condomínio horizontal. A ElGlobal Construtora e os Irmãos Cunha lançaram nesta terça-feira (4) o Varanda Sul, empreendimento localizado na Avenida Lidormira Borges do Nascimento, próximo ao Uberlândia Shopping. O novo condomínio está em uma área de 300 mil m², terá 357 lotes residenciais, além de espaço destinado para estabelecimentos comerciais e clube privativo (JORNAL CORREIO DE UBERLÂNDIA, Uberlândia, 04 jun. 2013).

Embora ainda não exista nenhum empreendimento pronto com tais características, trata-se, do ponto de vista do desenho urbano, de algo bastante positivo, permitindo tanto o comércio voltado para o público que reside no próprio condomínio como nos condomínios próximos, que não dispõem dessas facilidades, e de certa forma abre o local para maior número de usuários, possibilitando maior integração deste com a cidade.

No que se refere aos condomínios verticais que têm se desenvolvido no setor, surgem inicialmente no Bairro Patrimônio com edifícios de até três pavimentos, construídos a partir dos finais da década de 1970, e edifícios de maior porte a partir dos anos 1990. Em levantamento realizado por Ramires (1998, p. 242) no ano de 1997, já existiam dez edifícios prontos ou em fase de construção, com seis ou mais pavimentos, com a característica básica de terem apartamentos com área útil média de 80 m² e três quartos com uma suíte. Portanto, eram apartamentos voltados principalmente para a classe média.

Embora não se tenha nenhum levantamento atualizado do processo de verticalização do bairro, o número de edificações tanto de pequeno porte, de até quatro pavimentos, quanto de médio e grande porte, cresceu de forma vertiginosa, já superando a barreira dos 100 edifícios construídos. É interessante observar que a maior parte deles foi construída em lotes que se encontravam vagos, reduzindo drasticamente os grandes vazios urbanos que existiam no local.

Embora grande parte siga o padrão de construção similar àquele dos anos 1990, com área útil média de 80 m² e três quartos, encontramos também uma diversificação dessa tipologia, com apartamentos de dois quartos com até 60 m² e unidades com áreas superiores a 100 m² e até quatro quartos, buscando atender um público diversificado, desde a família de classe média alta até pessoas solteiras e/ou recém-casadas em busca do primeiro imóvel.

O atual Bairro Patrimônio é formado pelo bairro original de mesmo nome e pelo antigo Bairro Copacabana, sendo que o primeiro se trata de um local tradicional constituído por residências de construção mais simples, onde o processo de verticalização ainda não é tão intenso. A maior parte das construções dos condomínios verticais está localizada no antigo Bairro Copacabana e é no seu limite com o Bairro Morada da Colina que ainda estão localizadas as grandes áreas livres com potencial para verticalização.

Entretanto, recentemente foi concluída a primeira obra de verticalização de médio porte no Bairro Patrimônio, o edifício Portal do Altamira, uma obra da construtora ElGlobal que conta com três quartos e 95 m² de área útil, num edifício de 10 pavimentos localizado na Avenida Francisco Galassi.

Um segundo bairro que vive a verticalização é o Vigilato Pereira, embora em escala bem menor que o Patrimônio. Ali encontramos edifícios de portes diversificados que foram erguidos principalmente a partir dos anos 2000.

Verticalização mais recente ocorre nos Bairros Ibiporã e Shopping Park, onde a construtora MRV lançou, por meio do programa *Minha Casa, Minha Vida*, destinados a famílias de classe média e média baixa, grandes conjuntos de edifícios de até 4 pavimentos com dois ou três quartos e até 60 m² de área útil. Dentre os conjuntos em fase final de conclusão encontramos o Univercittá e o Spazio Único, que juntos oferecem a impressionante marca de 1.952 apartamentos distribuídos em mais de 100 blocos de edifícios.

Figura 34 – Divulgação do empreendimento Spazio Único em Uberlândia

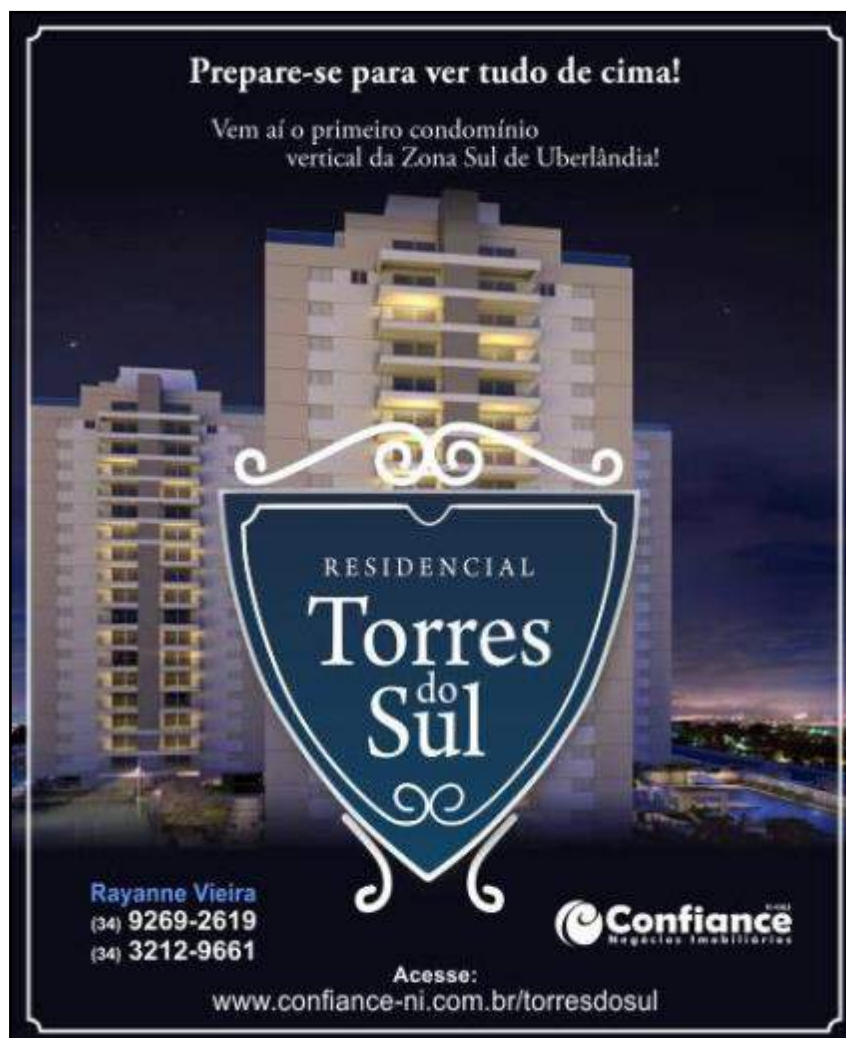


Fonte: MRV. Disponível em <<http://www.mrv.com.br/unico/>>. Acesso em 06 jan. 2014.

O último bairro a passar pela verticalização é o Jardim Karaíba, onde predominam as residências unifamiliares de alto padrão. Recentemente foi lançado

o primeiro edifício, o Residencial Torres do Sul, localizado na Avenida dos Vinhedos. É um complexo residencial com três torres de quatro apartamentos distribuídos por 17 andares com três suítes cada um e pelo menos 108 m² disponíveis. Voltado para a classe média alta, oferece, assim como os condomínios horizontais localizados no entorno, diversas facilidades de lazer dentro do condomínio e proximidade a importantes equipamentos, como o Uberlândia Shopping Center, Parque da Gávea e diversas faculdades.

Figura 35 – Folder de lançamento do empreendimento residencial Torres do Sul



Fonte: Confiance Negócios Imobiliários.

Embora não seja o objetivo principal deste trabalho analisar detalhadamente o processo de urbanização da cidade, para poder compreender melhor a intensa

ocupação ocorrida no setor central da Zona Sul nos últimos anos, bem como seus impactos na atividade comercial da região, é necessário fazer um breve histórico da evolução da legislação de uso e ocupação do solo para a área.

Para tanto, serão analisadas a seguir as três últimas legislações de uso e ocupação do solo da cidade, que duraram em média dez anos cada uma e representam o período em que se intensifica o processo de expansão da região abordada.

A primeira é a Lei 5.013 de 1989, que definia para a cidade nove zoneamentos distintos, de Z1 a Z9. Para cada uma destas zonas eram permitidos alguns usos específicos, tais como residencial unifamiliar, residencial multifamiliar, uso misto, comércio, serviços, indústria e institucional. Cada zona também possuía um coeficiente máximo de aproveitamento.

Além do zoneamento, a legislação determinava onze modelos de assentamento. Para cada zoneamento eram permitidos determinados tipos de assentamentos, que por sua vez possuíam normas próprias de área mínima do lote, taxa de ocupação, coeficiente de aproveitamento e afastamento frontal.

Tratava-se de um sistema bastante complicado, que permitia usos diversos em uma mesma zona, em função do tamanho do terreno. Para a Zona Sul, havia dois zoneamentos distintos, o Z1 e o Z4. Quase todo o setor central da Zona Sul era abrangido pela Z1, que permitia basicamente o uso para residências unifamiliares de até dois pavimentos com taxa de ocupação de 60% do lote, coeficiente de aproveitamento de 1,2 e afastamento frontal de três metros e o uso para serviços locais.

A exceção era o Bairro Copacabana, limitado à época pela quadrilátero composto pelas Ruas Hermes Fonseca Carneiro e Ipanema por um lado e Avenida

Rondon Pacheco e Rua Tenente Rafael Freitas por outro, que possuía o zoneamento Z4, o qual permitia qualquer uso residencial, serviços, comércio e até indústria de pequeno porte, além de ter um coeficiente de aproveitamento de 5, maior até que da área central. Neste setor era possível se utilizar do modelo de assentamento 6, que permitia a ocupação de 60% dos lotes que fossem maior que 360 m² com a taxa máxima de aproveitamento e apenas três metros de afastamento frontal. Como consequência dessa legislação iniciou-se um processo de verticalização do bairro.

A segunda legislação de uso e ocupação do solo a ser analisada é a Lei 245 de 30 de novembro de 2000. Neste novo zonamento foram definidas doze zonas de usos distintos, sendo que no setor central da Zona Sul da cidade havia a prevalência de duas delas: Residencial 1 e Residencial 2.

A quase totalidade da região citada era composta pela Zona Residencial 1, à exceção de um trecho do Bairro Patrimônio e algumas áreas de uso específico. Por isso é que durante o período de vigência desta lei, que vai até o ano de 2011, não houve movimento de verticalização muito forte nesses bairros. A zona possuía uma taxa de ocupação máxima de 60% da área do lote; coeficiente de aproveitamento máximo de 1,2; afastamento frontal mínimo de 5 m; e lateral e de fundo mínimo de 4,3 metros.

Além desses índices gerais havia algumas normas específicas que basicamente estimulavam apenas a construção de edificações de até dois pavimentos e de condomínios horizontais fechados, sendo que os poucos edifícios construídos nesse período estão localizados no Bairro Vigilato Pereira e se beneficiaram do tamanho do terreno para a verticalização.

A Zona Residencial 2 estava localizada apenas em parte do Bairro Patrimônio, no perímetro entre as Avenidas Rondon Pacheco e Oscarina Cunha Chaves por um lado e entre a Rua Ipanema e a Avenida Hermes Fonseca Carneiro por outro, ocupando a totalidade do antigo Bairro Copacabana e parte do antigo Bairro Patrimônio. A zona possuía índices de ocupação e aproveitamento do lote bastante superiores aos da Residencial 1, facilitando o processo de verticalização, que de fato ocorreu de forma intensa na década de 2000. Sua taxa de ocupação máxima era de 60% da área do lote para edificações de até quatro pavimentos e de 40% para edificações com mais de quatro pisos; o coeficiente de aproveitamento máximo, 2,75; o afastamento frontal mínimo, 3 m; e o lateral e de fundo mínimo, 1,5 metro.

Com este zoneamento e a configuração dos lotes do bairro, prosperaram no período dois tipos de empreendimentos, o de edifícios de até três pavimentos, localizados em lotes de 360 m², onde foram construídos apartamentos de configurações diversas, de um a quatro quartos, e o de blocos de prédios em terrenos de maior dimensão, em sua maioria comportas por apartamentod de dois e três quartos.

É importante observar tais edificações foram construídas principalmente por pequenos investidores que viram a oportunidade de erguer um ou mais prédios, tanto para venda como para aluguel. Tal configuração permitia ao construtor levantar prédios de três pavimentos com área total de até 216 m² por pavimento, possibilitando ótimo aproveitamento do lote.

Já os empreendimentos de maior porte do bairro foram realizados em lotes maiores, ou pela junção de mais de um lote. Levando em conta que o tamanho médio de cada lote é de 360 m², em área equivalente a dois deles era possível

levantar uma torre com a mesma área útil por pavimento do caso anterior, com 216 m², mas com até nove pavimentos. Ou seja, com uma área duas vezes maior era possível construir o equivalente a três vezes mais, aumentando significativamente a rentabilidade do investidor. Tais prédios maiores, diferentemente do caso anterior, foram edificados principalmente por construtoras e voltados para a venda, constituídos em geral por apartamentos de dois e três quartos.

Figura 36 – Zoneamento urbano do trecho central da Zona Sul de Uberlândia segundo a Lei 245/00



Fonte: Prefeitura Municipal de Uberlândia, 2000.

Com a promulgação da Lei 525 de 14 de abril de 2011 em substituição à anterior, foram instituídas 21 zonas de usos distintos, sendo que o mesmo setor central da Zona Sul da cidade teve grande alteração nos seus usos, passando a contemplar quatro principais: Zona Residencial 1, Zona Residencial 2, Zona Residencial 3 e Zona de Especial de Interesse Social 1.

Desta forma a Zona Residencial 1, que antes ocupava quase a totalidade do setor, passa a ser restrita a parte dos Bairros Vigilato Pereira, Morada da Colina, Jardim Karaíba, Ibiporã e Jardim Inconfidência. Houve também algumas alterações em relação aos índices desta zona, que manteve a taxa de ocupação máxima de

60% da área do lote e um coeficiente de aproveitamento máximo de 1,2, mas alterou o afastamento frontal mínimo para 3 m; e lateral e de fundo mínimo de um 1,5 metro. Porém, a maior alteração é a que definiu que o gabarito máximo para a região passa a ser de dois pavimentos, consolidando o uso predominante de construções unifamiliares nesses bairros e interrompendo o processo de verticalização na maior parte do Vigilato Pereira.

Já a Zona Residencial 2 aumenta seu perímetro de abrangência no Patrimônio, passando a ocupar a totalidade deste bairro, além de parte do Jardim Inconfidência, um pequeno trecho do Vigilato Pereira, nas quadras localizadas entre as Ruas Olegário Maciel e Duque de Caxias, na maior parte do Bairro Shopping Park e a nas glebas de terra ainda não urbanizada vizinhas a este bairro.

A zona mantém os mesmos índices urbanísticos da lei anterior, com uma taxa de ocupação máxima de 60% da área do lote para edificações de até quatro pavimentos e de 40% para edificações com mais de quatro pisos; coeficiente de aproveitamento máximo de 2,75; afastamento frontal mínimo de 3 m; e lateral e de fundo mínimo de um 1,5 metro.

Desta forma, continua sendo uma área com grande potencial para verticalização e como efeito desta alteração isso já está acontecendo, com a construção de edifícios nos Bairros Patrimônio e Shopping Park.

Entretanto, os empreendimentos possuem características distintas: no primeiro caso são voltados para a classe média alta, utilizando-se da localização *prime* da região como principal atrativo de venda; enquanto no segundo caso, são grandes condomínios, alguns com mais de 40 blocos de prédios de até quatro pavimentos, como o Condomínio Univercittá, com apartamentos de dois quartos e

área média de 43 m², construídos pela construtora MRV com base no programa federal de incentivo à construção *Minha Casa, Minha Vida*.

Porém, se os empreendimentos possuem características diversas e são voltados para públicos distintos, a principal mudança que a alteração do zoneamento trouxe, em ambos os casos, foi o aumento significativo do valor da terra.

No Bairro Patrimônio a mudança vai provocar grande pressão na população local, boa parte de baixa renda, e que, com o fim do estoque de lotes disponíveis para a construção no antigo Bairro Copacabana, passará a sofrer assédio por parte de investidores para a venda de suas residências.

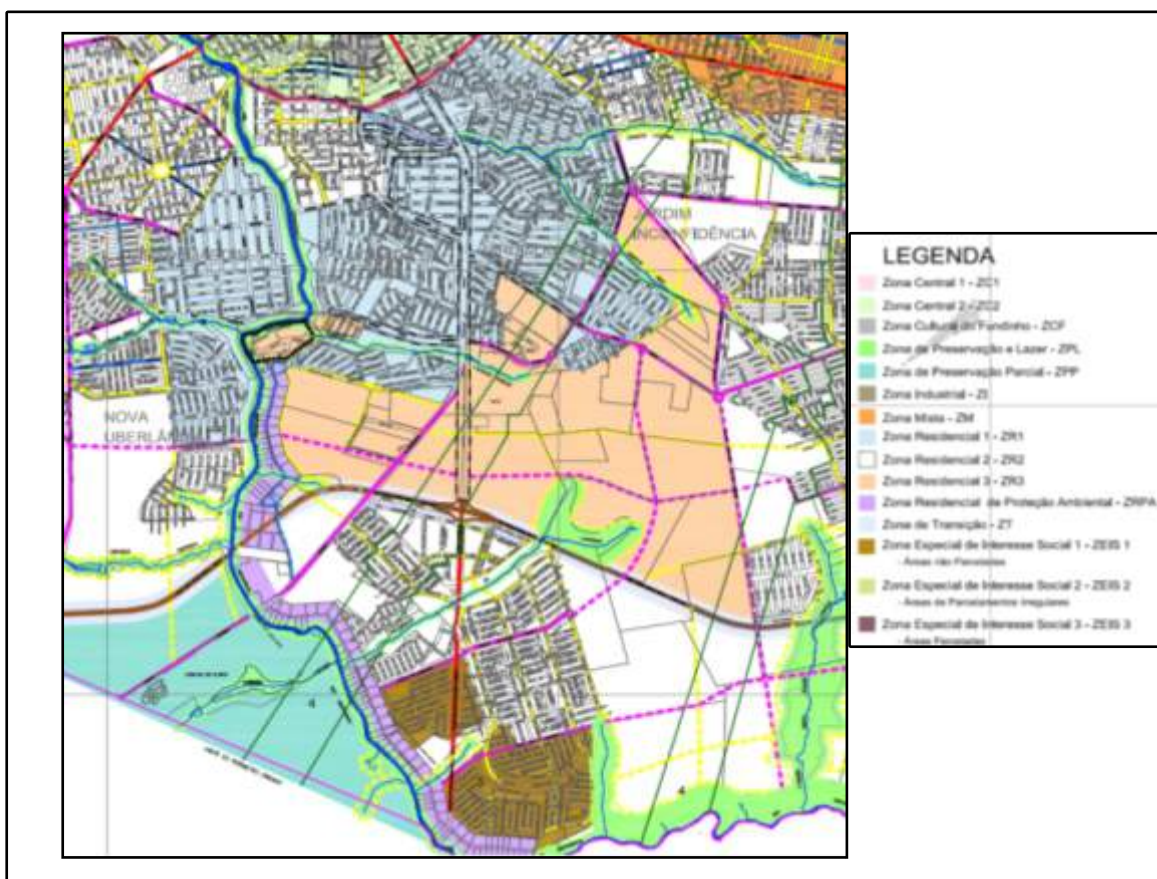
Já o Bairro Shopping Park, lançado inicialmente como um loteado aberto direcionado à população de renda mais baixa, tem passado por grande valorização, em especial no trecho mais próximo ao Bairro Ibiporã, tornando-se já uma área atrativa para a classe média e média alta como alternativa de moradia mais econômica em relação aos bairros e condomínios do entorno.

Quanto à Zona Residencial 3, inexistente na lei anterior, é composta por parte dos Bairros Jardim Inconfidência, Jardim Karaíba, Bosque Karaíba e Ibiporã. Possui taxa de ocupação máxima de 60% da área do lote para edificações de até dois pavimentos; 45% para edificações com mais de quatro pavimentos e de 30% acima de quatro pavimentos, com um coeficiente de aproveitamento máximo de 1,2; sendo o afastamento frontal mínimo de 3 m; e lateral e de fundo mínimo de 1,5 m para qualquer situação.

O novo zoneamento estimula tanto as construções unifamiliares como permite também a verticalização, porém com características próprias, uma vez que exige grandes áreas para a construção de edifícios de maior porte. Basicamente permite a construção de conjuntos de prédios de até quatro pavimento, próximos um do outro,

como de fato já ocorre em diversos empreendimentos realizados pela construtora MRV, citados anteriormente; ou de torres de maior porte, em menor número e deixando grandes áreas livres para lazer, como também já é o caso do lançamento Torres do Sul.

Figura 37 – Zoneamento urbano do trecho central da Zona Sul de Uberlândia segundo a Lei 525/11



Fonte: Prefeitura Municipal de Uberlândia, 2011.

Quanto ao uso comercial encontramos nos bairros da região um setor de comércio e serviços concentrado principalmente nos seguintes eixos viários:

- Avenida Rondon Pacheco;
- Avenida Nicomedes Alves dos Santos;
- Avenida Francisco Galassi;
- Avenida Liberdade;
- Rua Duque de Caxias;

- Rua São Francisco de Assis;
- Rua Antônio M. Póvoa Jr.;
- Rua Rafael Marino Neto;
- Avenida Lidormira Borges do Nascimento;
- Rua João F. da Silva.

Poderíamos dividi-los em três grupos distintos: o primeiro com características de comércio de vizinhança, já consolidado nos bairros de formação mais antiga, como Patrimônio e Vigilato Pereira, e em fase de consolidação nos demais bairros.

O segundo grupo é o de comércio e serviços especializados e de centros comerciais de pequeno e grande porte, com principal destaque sendo o Uberlândia Shopping, que se desenvolve de forma bastante intensa principalmente nas Avenidas Nicomedes Alves dos Santos e Francisco Galassi, cujas características da estrutura comercial serão detalhadas a seguir.

O terceiro é de concentração de alguns segmentos específicos, como o de clubes de lazer, com cinco empreendimentos na região: Praia Clube, Cajubá Country Club, Caça e Pesca, AABB e Vila Olímpica. Outro segmento é o de espaço para acontecimentos de médio e grande porte, como o Castelli Hall, Castelli Master e Palácio de Cristal, onde são realizados eventos musicais diversos, além de festas de casamento e formaturas de turmas universitárias.

Também é onde encontramos grande número de estabelecimentos do setor de educação, tanto do ensino infantil e fundamental, com presença predominante de colégios particulares; como do ensino superior, com quatro instituições privadas: Centro Universitário do Triângulo – Unitri, Faculdade Politécnica de Uberlândia – FPU, Faculdade Pitágoras de Uberlândia e Faculdade de Marketing e Negócios – Uniessa.

Além desses segmentos já consolidados, o Poder Público Municipal lançou no ano de 2011 o Polo Tecnológico Sul, uma área destinada a abrigar empresas de tecnologia, criação e desenvolvimento de *softwares*, com o objetivo de instituir uma nova dinâmica empresarial na região.

Em área total de 152.845 metros quadrados, o Polo irá abrigar empresas de tecnologia, criação e desenvolvimento de *software*, com foco em pesquisa, desenvolvimento tecnológico e capacitação de recursos humanos para atender ao mercado de tecnologia e inovação. São 72.062 metros quadrados destinados à instalação de empresas e outros 80.782 metros de área de preservação ambiental (REVISTA MERCADO, Edição 42, 2011).

Mais recentemente também foi lançado um empreendimento na região, uma torre comercial de 16 andares, consolidando tanto a expansão da verticalização como o aumento da atração de novos estabelecimentos comerciais e de serviços para este setor da Zona Sul.

5.3 A AVENIDA FRANCISCO GALASSI

A Avenida Francisco Galassi está localizada entre os Bairros Patrimônio e Morada da Colina, sendo que sua primeira metade encontra-se dividida entre os dois bairros e a outra metade, totalmente inserida na Morada da Colina.

Inicia na Avenida Rondon Pacheco e termina na Avenida Nicomedes Alves do Santos, com uma extensão aproximada de 1.700 metros e sistema viário composto por uma via de mão dupla separada por um canteiro central. Entretanto, suas vias de circulação são de dimensões irregulares, sendo que até o ano de 2010 não havia faixas de estacionamento lateral demarcadas, o que permitia a utilização de duas faixas de circulação em cada sentido.

Recentemente, foram incluídas faixas de estacionamento lateral em seu percurso, o que diminuiu significativamente a capacidade de fluxo da avenida, uma

vez que não há espaço para utilização das duas faixas independentes de circulação em pelo menos 80% da via.

Para agravar a situação há vários pontos de retorno em toda a extensão da avenida, sem a devida área de escape, fator este que gera bloqueio na circulação cada vez que um veículo utiliza-se destes retornos, em especial nos horários de maior fluxo.

Sua localização de certa forma já define as principais características da via do ponto de vista do uso e ocupação do solo e da estrutura comercial. Situa-se em área de transição entre um bairro tradicional da cidade e outro mais novo, no primeiro setor da avenida, e ali verificamos a existência de terrenos de dimensões variáveis, com lotes de áreas inferiores a 200 m² até superiores a 2.000 m², sendo que a maioria deles possuía no ano de 2010 o uso residencial, com predominância do unifamiliar, mas também com alguns usos multifamiliares, de moradias coletivas.

O predomínio do uso residencial deste setor da avenida é motivado por uma série de fatores. O mais importante diz respeito à população tradicional que reside no Bairro Patrimônio, formada por uma comunidade negra cujas raízes estão relacionadas a movimentos culturais importantes da cidade, como a Congada e o Carnaval. Em geral são casas mais antigas e simples, sendo que algumas têm uso misto, como em alguns sobrados onde há atividade comercial no térreo e moradia no pavimento superior. Há uma grande pressão sobre esses imóveis, que nos últimos anos se valorizaram bastante e estão na mira tanto de construtoras como de investidores particulares.

Já no segundo setor há um número menor de lotes, que têm dimensões maiores e são mais regulares, e uso residencial menos expressivo, concentrado no final da avenida e composto por residências de alto padrão.

Quanto ao uso comercial, o do primeiro setor apresenta características de comércio de vizinhança, com alguns salões de beleza, pequenos empórios e lojas de roupas e acessórios e poucos empreendimentos maiores, com maior destaque para uma casa de materiais de construção.

Já a atividade comercial do segundo setor é caracterizada pela presença maior de empreendimentos do setor de serviços voltados tanto para os moradores do próprio bairro como para todo o setor central da Zona Sul de Uberlândia. O comércio existente foca o luxo.

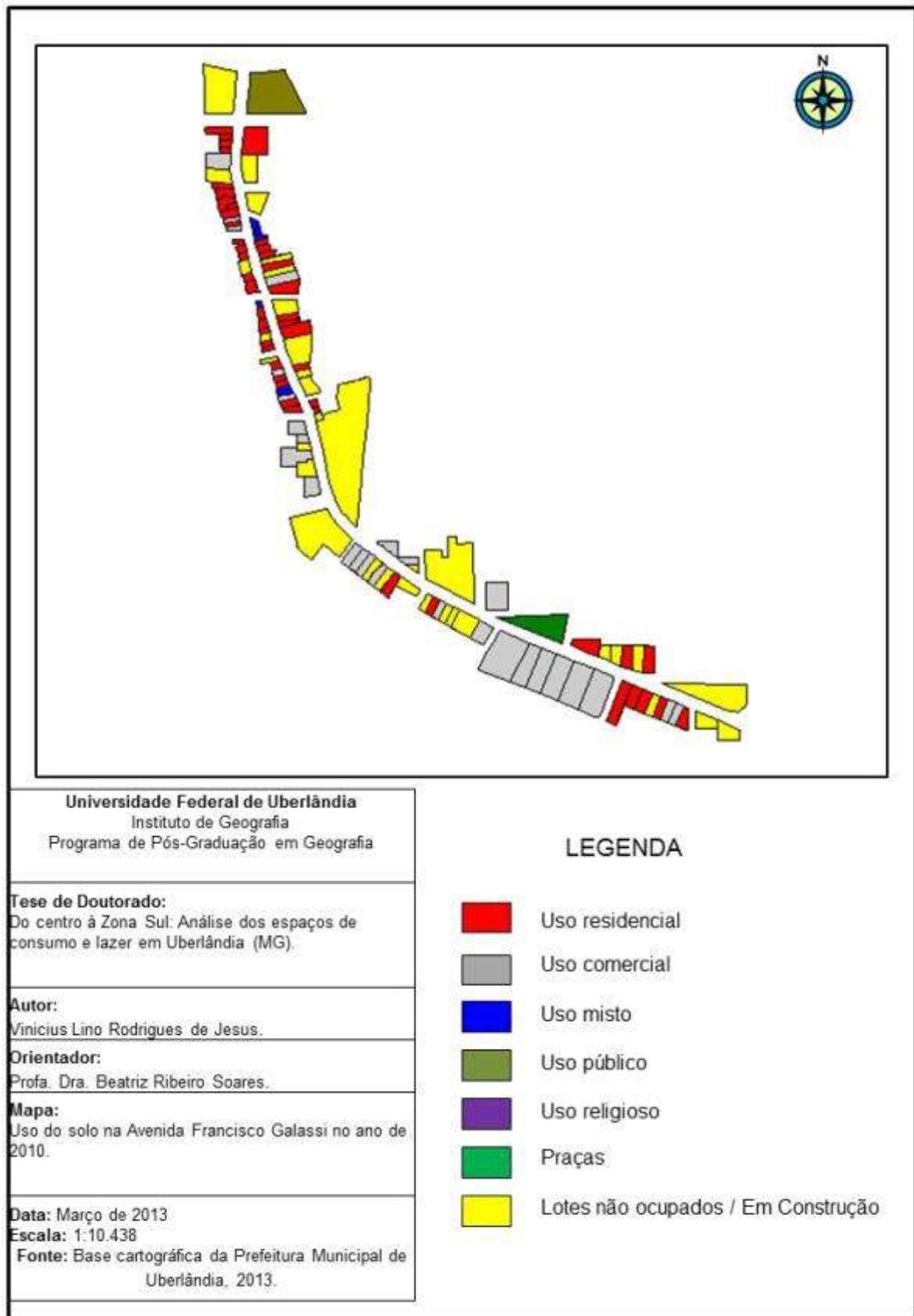
Entretanto, um dos principais destaques, ainda em 2010, eram os lotes não ocupados, inclusive algumas áreas de grande dimensão, dando origem a grandes vazios urbanos neste trecho, muitos deles à espera de uma valorização ainda maior do valor da terra nesta avenida.

Figura 38 – Uberlândia (MG) – Imagem aérea da ocupação urbana da Av. Francisco Galassi, com destaque para os vazios urbanos existentes na região – 2011



Fonte: Google Earth, adaptado por JESUS, V.L.R., 2011..

Mapa 59 – Uberlândia (MG) - Uso do solo na Avenida Francisco Galassi – 2010



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

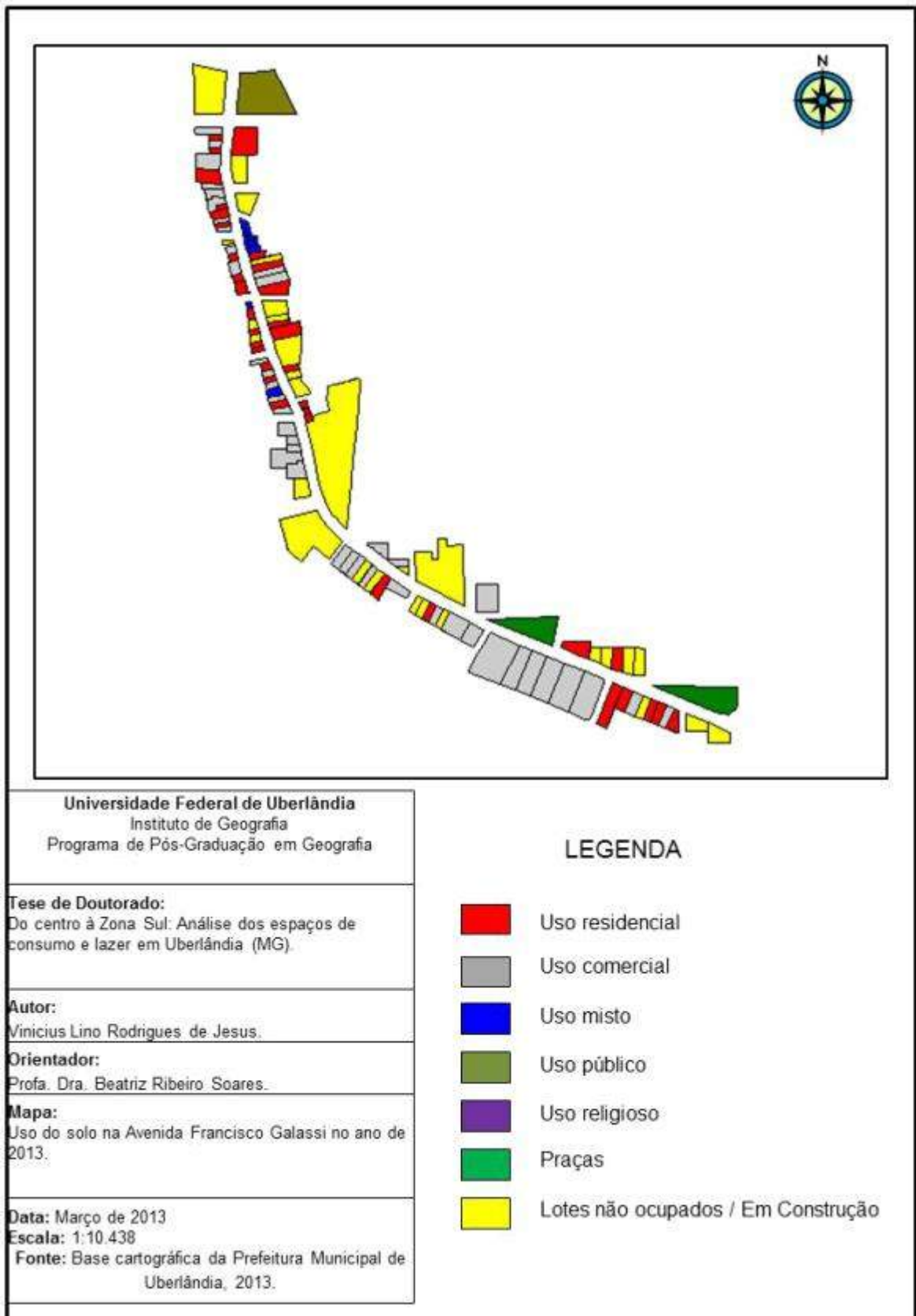
Antes de apresentar a situação do uso e ocupação em 2013 é importante destacar que, além da Lei 525/11, que realizou uma mudança no zoneamento do Bairro Patrimônio, o qual passou a ter índices urbanísticos mais favoráveis para novos empreendimentos, permitindo inclusive a verticalização da área, também foi editada a Lei Complementar 085/2012, que alterou a restrição urbanística de parte dos lotes localizados em um trecho da Avenida Francisco Galassi que fica no Bairro Morada da Colina, permitindo assim a verticalização de ambos os lados da avenida em sua primeira metade.

A alteração na restrição urbanística da Avenida Francisco Galassi vai permitir a edificação de prédios com mais de dois pavimentos no lado esquerdo da avenida, no Bairro Morada da Colina, na Zona Sul. Pela mesma avenida, no lado direito, no Bairro Patrimônio, já havia a permissão de construção de edifícios. A proposição não limita a quantidade de andares. A permissão também vai afetar uma parte do Bairro Morada da Colina, sendo limitada pela Rua José Humberto Alves (JORNAL CORREIO DE UBERLÂNDIA, Uberlândia, 20 nov. 2012).

Dentre as principais alterações do uso do solo em relação ao ano de 2010, destaca-se o aumento do uso comercial no primeiro trecho da avenida. Essa alteração se dá principalmente pela demolição de antigas residências e a construção de novas edificações que atendem às necessidades específicas de cada empreendimento.

Já no segundo trecho também verificamos um aumento do uso comercial, embora em número menor e ocupando principalmente antigos lotes vazios. Entretanto, o que mais se destaca na avenida como um todo é justamente a permanência dos grandes vazios urbanos, sendo que boa parte deles foi favorecida pela legislação citada anteriormente, que permite a verticalização na área.

Mapa 60 – Uberlândia (MG) - Uso do solo na Avenida Francisco Galassi – 2013



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

5.3.1 A dinâmica comercial na Avenida Francisco Galassi

Quanto às características comerciais da Avenida Francisco Galassi no ano de 2010, havia pequena diversidade de usos, sendo que o primeiro setor da avenida contava com uma estrutura comercial incipiente voltada principalmente para população local, metade composta de serviços e metade por comércio de rua, com empreendimentos como pequenas mercearias, cabeleireiras, costureiras, lojas de roupas populares, borracharia e alguns poucos empreendimentos com área de influência mais abrangente, como uma casa de materiais de construção, um lava a jato, uma loja de produtos de limpeza e uma imobiliária.

Foto 48 – Uberlândia (MG) – Estabelecimento comercial localizado no setor tradicional da Avenida Francisco Galassi – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R, 2011.

Todos esses empreendimentos estão localizados em antigas residências, em galpões adaptados ou então foram instaladas em anexos de residências e refletem em boa medida o perfil do empreendedor desse setor da avenida, na maior parte

dos casos representado pelos próprios moradores, que se utilizam da localização privilegiada de seu imóvel para estabelecer seu negócio no local.

Quanto ao segundo setor da avenida, que se encontra totalmente inserido no Bairro Morada da Colina, já em 2010 possuía características distintas do anterior, com quase o dobro de estabelecimentos e uma predominância dos serviços de médio e alto luxo, direcionados principalmente para os moradores de maior poder aquisitivo dos bairros do entorno.

Dentre os serviços que se destacam, podemos citar o de estética e beleza, com academias de ginástica, cabeleireiros e clínicas de estética. Alguns contam inclusive com estacionamento próprio para atender seu público-alvo, uma vez que a falta de locais para estacionar na via é um grande problema para o desenvolvimento do comércio na região.

Outro serviço bastante presente é o de educação. Somente neste trecho encontramos, no período do levantamento, três escolas de educação infantil e fundamental, todas particulares e de pequeno porte, voltadas também para os moradores dos bairros do entorno. Entretanto, como são empreendimentos geradores de tráfego, em especial nos horários de entrada e saída de alunos - uma vez que a maioria chega em veículos particulares -, tendem a exercer forte pressão no desenvolvimento das atividades comerciais no entorno imediato, pois o aumento de fluxo de veículos que ocorrerá também em função daquelas milhares de moradias que estão sendo construídas nos demais bairros do setor central da Zona Sul pode tornar este trajeto menos atrativo para determinados tipos de empreendimentos que são baseados na visita do cliente final e necessitam vagas de estacionamento para recebê-los.

Os demais serviços encontrados neste trecho foram: um *pet shop*, um salão de festas, uma financeira, um escritório de advocacia e um escritório de consultoria. O comércio de rua é composto basicamente por lojas de especialidades e do setor de alimentos e bebidas. Em relação ao primeiro segmento encontramos duas lojas de paisagismo e uma de decoração e, seguindo uma tendência já apresentada neste trabalho anteriormente durante a análise dos empreendimentos comerciais no Bairro Centro, dois *street malls*, que contam com lojas de vestuário, decoração e alimentação. No segundo segmento encontramos uma padaria e um bar tipo cachaçaria.

Em 2010 havia dois *street malls*: o Village Mall, pioneiro na avenida, que contava com uma loja de vestuário, uma especializada em climatização e um salão de eventos. O segundo, que fica ao lado deste, é o Pátio da Colina, possui nove pontos comerciais e na época do levantamento cinco deles estavam em funcionamento, sendo duas lojas de vestuário, uma de decoração e duas de alimentação.

É importante destacar que este modelo de estabelecimento, que começa a se desenvolver de forma gradual em Uberlândia desde o início da década de 2000, nos últimos anos tem se difundido rapidamente por toda a cidade e se tornado o principal formato comercial neste setor da Zona Sul da cidade.

Além de representarem uma facilidade para a população, os *shoppings* de vizinhança se tornaram uma oportunidade para grandes companhias e também incorporadores, que criam divisões para explorar o nicho... isso porque estes espaços já estão no radar de redes de franquias, pois são uma opção para os franqueadores continuarem a crescer após forte expansão nos últimos anos. Além disso, podem oferecer custos mais baixos do que os de *shopping*, e chamar mais atenção do que lojas de rua, fora de endereços comerciais (CADERNO DE ECONOMIA DO IG, São Paulo, 16 set. 2013).

Uma das características do segundo trecho da avenida é que a maior parte dos estabelecimentos existentes na região é composta por antigas residências de

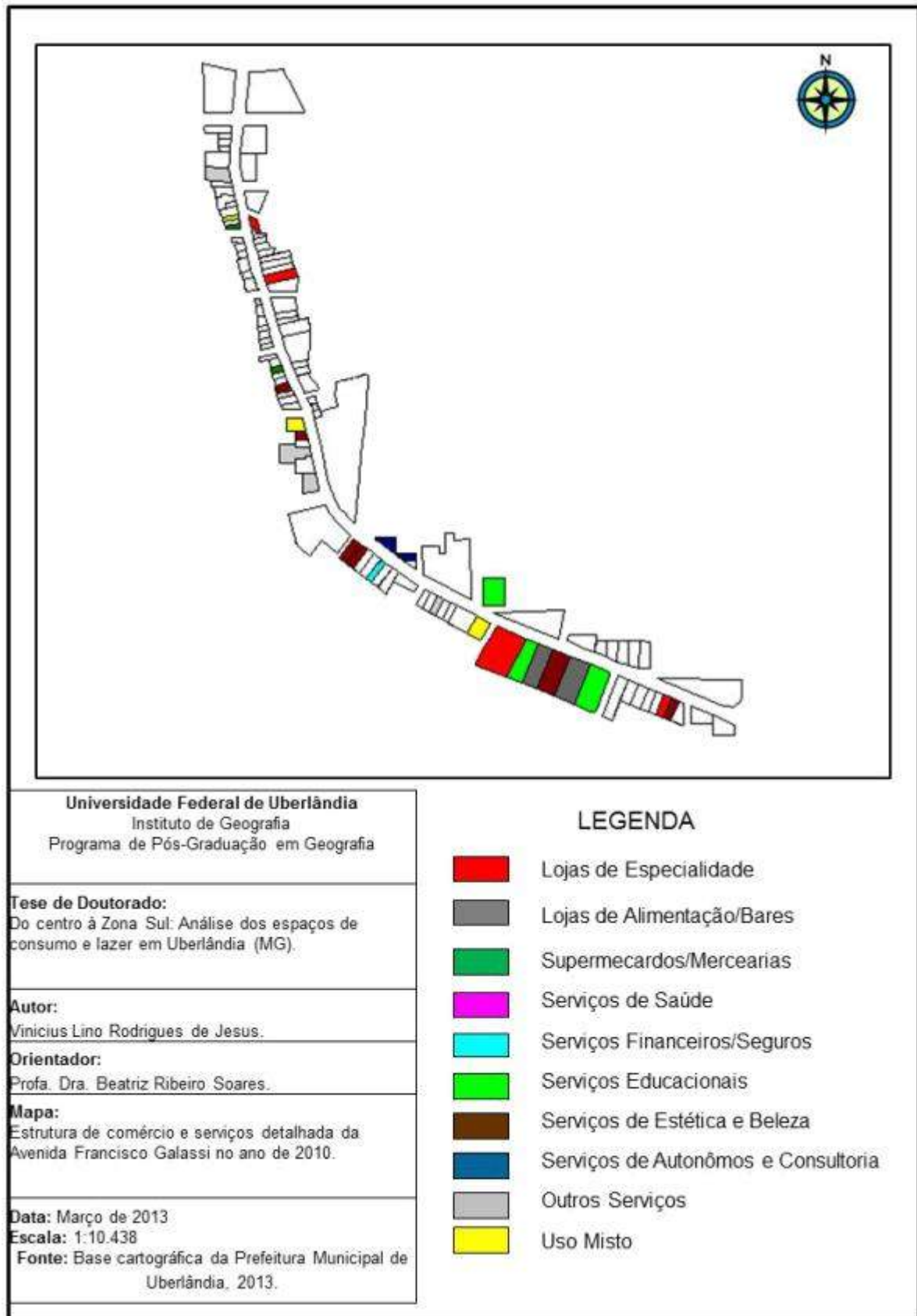
alto padrão que foram convertidas para o uso comercial ou de edificações que já foram concebidas de acordo com as necessidades do próprio negócio. Desta forma, encontramos na área uma arquitetura mais moderna, que segue padrão similar às construções existentes nos bairros vizinhos, valorizando ainda mais o comércio e os serviços que ali se instalaram.

Foto 49 – Uberlândia (MG) – Estabelecimentos tipo *street mall* localizados no setor novo da Avenida Francisco Galassi – 2013



Fonte: JESUS, V.L.R, 2011.

Mapa 61 – Uberlândia (MG) - Localização de todos os segmentos comerciais e de serviços na Avenida Francisco Galassi – 2010



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

No segundo levantamento, realizado em outubro de 2013, a principal mudança verificada em relação ao levantamento anterior é o aumento do uso comercial no primeiro trecho da avenida, bem como da preocupação de alguns estabelecimentos mais antigos em promoverem melhorias estéticas nas fachadas das edificações.

A maior parte dos novos estabelecimentos nesse trecho é de serviços, tendo sido instalado um escritório de advocacia, uma empresa de comunicação, uma clínica de psicologia, uma empresa de serviços bancários e um conjunto com quatro salas comerciais para locação. Quanto às lojas de rua, foram abertos uma drogaria e um bar tipo cachaçaria, o segundo na mesma avenida.

Outra mudança é que parte do comércio mais tradicional, como uma loja de vestuário, uma mercearia e um salão de beleza, fecharam. Hoje, esses pontos comerciais se encontram à venda ou disponíveis para locação e, se juntarmos as residências que também estão disponíveis no mercado imobiliário e pouco provavelmente voltarão a ter uso residencial, encontramos somente nessa primeira parte três pontos à venda e quatro para locação comercial, mostrando a consolidação deste uso.

É interessante notar que os grandes lotes disponíveis na região ainda não foram ocupados, embora duas dessas áreas estejam à venda. Os novos estabelecimentos ocuparam antigas residências que foram adaptadas para uso comercial ou as demoliram para a construção de novas edificações, como no caso do escritório de advocacia Manna Assessoria Jurídica, cujo estilo arquitetônico contemporâneo, que utiliza fachadas de vidro espelhado, contrasta com as demais construções de características bastante simples do bairro, conforme pode se observar na foto abaixo, em que o muro do vizinho nem reboco possui.

**Foto 50 – Uberlândia (MG) – Escritório comercial na Avenida Francisco Galassi
– 2011**



Fonte: JESUS, V.L.R., 2011.

No segundo trecho podemos destacar pelo menos quatro alterações importantes. A primeira foi o incremento do número de espaços para eventos, com a inauguração do *buffet* infantil Vira Mundo e do salão de eventos Casablanca, dos mesmos proprietários do *buffet* infantil Bala & Balão, que fica no lote ao lado. Se juntarmos a esses estabelecimentos o The House Eventos, localizado no Village Mall, e o Blue Moon Buffet Infantil, que fica em uma rua paralela, a poucos metros da Avenida Francisco Galassi, verificamos que a região vai se especializando nesse tipo de atividade.

A segunda alteração diz respeito diretamente a esse segmento, que é a criação de estacionamentos para atender o público que frequenta os eventos. Outros empreendimentos também apostaram em estacionamentos próprios, como a D'arc Cabeleireiros e a ISF Crédito Orientado, utilizando para tanto terrenos que se encontravam vazios ao lado de suas sedes.

A terceira mudança foi a construção do terceiro *street mall* da rua, ao lado dos dois já existentes. Foi inaugurada a Galeria Francisco Galassi, que conta com sete espaços comerciais. É interessante destacar que, embora tenha ficado cerca de um ano sem alugar nenhuma loja, após a inauguração da primeira, no começo de 2013, rapidamente todas as outras foram locadas.

Dos estabelecimentos que se encontram no empreendimento hoje, temos um *mix* de lojas de especialidades e serviços, com duas lojas do segmento de vestuário e uma de decoração e serviços de *pet shop*, cabeleireiro, crédito financeiro e consultoria em gestão empresarial. Oferece também como diferencial algumas vagas de estacionamento na parte da frente do empreendimento, inexistentes nos estabelecimentos vizinhos de mesmo formato.

Foto 51 – Uberlândia (MG) – Novo *street mall* localizado na Avenida Francisco Galassi – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R, 2012.

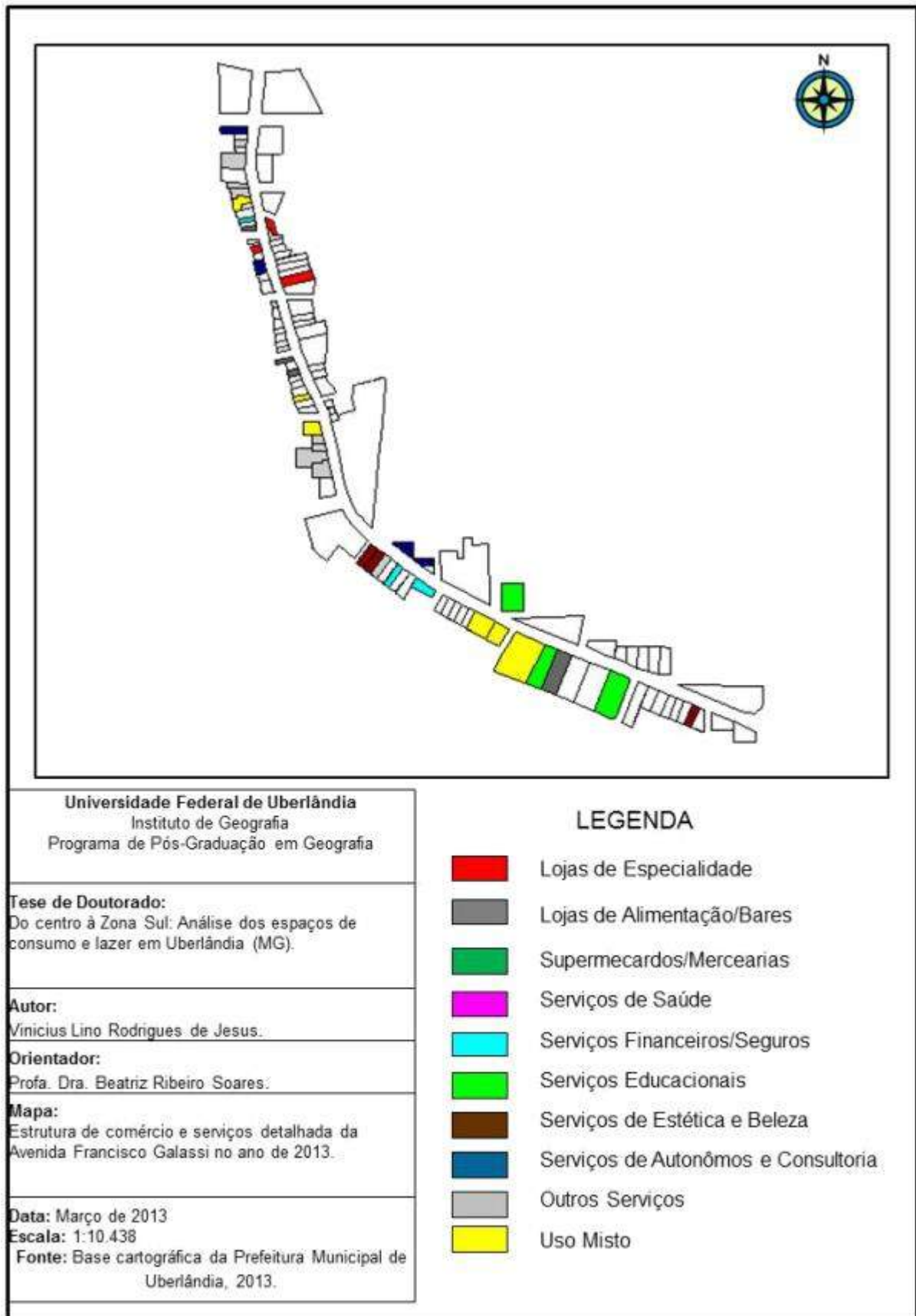
Com relação ainda aos *street malls*, verificamos que houve uma mudança dos estabelecimentos localizados nos outros dois empreendimentos. No Village Mall saiu

a empresa especializada em climatização e entrou um serviço de estética especializado, o Nail Spa. E no Pátio da Colina, neste período houve diversas mudanças, com vários empreendimentos que não permaneceram no local por muito tempo. Dos nove pontos comerciais disponíveis, apenas um se mantém desde 2010, a Louçaria, voltada para decoração. Além dessa loja, atualmente encontramos seis outros empreendimentos e duas salas vazias, dos quais um é bar/restaurante, duas são lojas do segmento de vestuário e as outras, do setor de serviço, sendo duas de estética e um escritório de comunicação.

A quarta alteração em relação ao ano de 2010 é a saída de alguns estabelecimentos que ocupavam as antigas residências de alto luxo da avenida, dentre os quais o Evaldo Faria Hill Cabelereiros, o Nosso Pão Padaria e a Divina Ideia Decoração, sendo que os dois primeiros se mudaram para a Avenida Nicomedes Alves dos Santos, para edificações que foram construídas de acordo com suas necessidades específicas.

Essas residências se encontram para locação e, embora sejam construções de excelente padrão, com áreas de mais de 3.000m² e estacionamento próprio, são pontos comerciais que acabam restritos a poucos negócios, já que possuem um valor alto de aluguel. Além disso, o desenvolvimento comercial da avenida sofre a concorrência da Avenida Nicomedes Alves dos Santos, analisada a seguir, que oferece lotes disponíveis para locação, conjuntos comerciais diversos e salas comerciais localizadas em *street malls*.

Mapa 62 – Uberlândia (MG) - Localização de todos os segmentos comerciais e de serviços na Avenida Francisco Galassi – 2013



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

5.4 A AVENIDA NICOMEDES ALVES DOS SANTOS

A Avenida Nicomedes Alves dos Santos tem extensão de aproximadamente 6,5 km e cruza sete bairros da cidade. Sua parte inicial está localizada entre os Bairros Lídice e Tabajaras, enquanto a segunda parte passa pelos Bairros Morada da Colina, Vigilato Pereira e Jardim Karaíba. Já a terceira atravessa os Bairros Ibiporã e Bosque Karaíba e termina no Bairro Shopping Park.

Dentre as principais características do sistema viário da avenida, temos em sua parte inicial há um traçado de via única com duas faixas de rolamento para veículos e duas faixas de estacionamento, uma de cada lado. No segundo trecho, entre a Avenida Rondon Pacheco e a Estação de Tratamento do Dmae, há um traçado de mão dupla, com três ou quatro faixas de circulação de cada lado, dependendo do trecho, separadas por um canteiro central e com áreas de estacionamento em quase toda sua extensão.

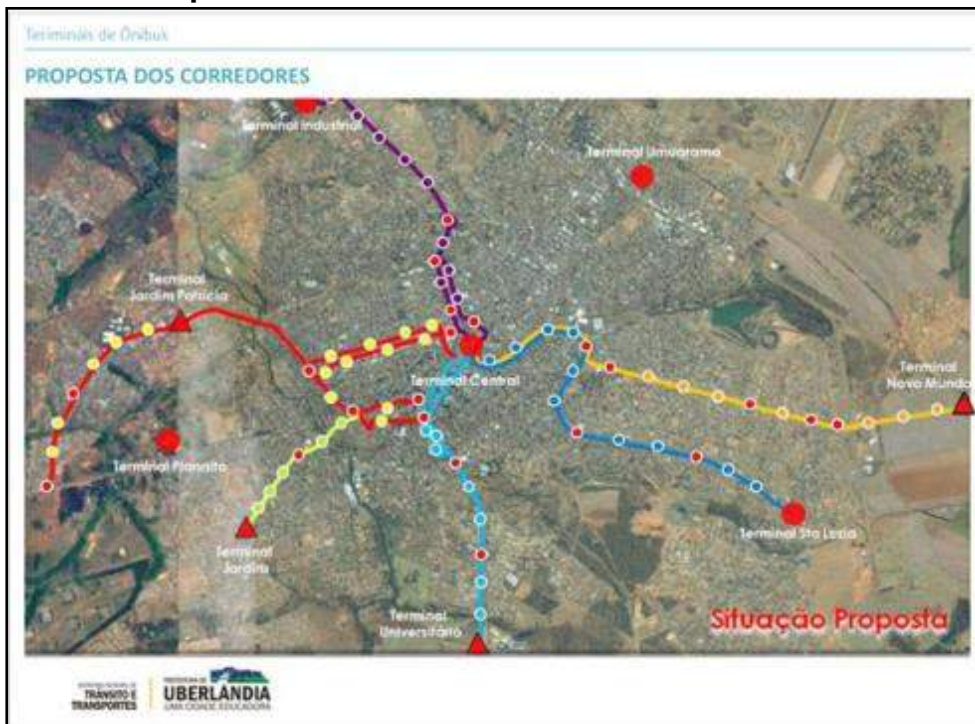
Já no terceiro trecho, localizado entre a Estação do Dmae e a Faculdade Unitri, existem três faixas de circulação sem estacionamento, separadas também por um canteiro central e ainda com uma via marginal localizada no lado direito, também com duas faixas de circulação, sendo uma destinada a estacionamento. Já no último trecho, que termina no Bairro Shopping Park, são três faixas de circulação de cada lado, uma destinada a estacionamento e também separada por um canteiro central.

Outro fator importante do sistema viário é que em toda a extensão que possui mão dupla o retorno é realizado por meio de acessos junto ao canteiro central, permitindo maior fluidez na circulação de veículos. No ano de 2012 foi concluído o viaduto sobre a Avenida Rondon Pacheco, possibilitando uma ligação direta entre a Zona Sul e a Zona Central.

A avenida foi criada para ser uma via de ligação rápida entre essas duas zonas urbanas e atualmente conta com cinco rotatórias e cinco semáforos para controlar os acessos às demais vias que a cruzam, possibilitando por um lado maior fluidez no trânsito e, por outro, alguns pontos de congestionamento em horários de maior circulação de veículos.

Também é importante destacar que está prevista para a avenida a instalação de um dos novos cinco corredores de ônibus apresentado no programa de expansão do sistema de transporte público da cidade. Para a região será instalado o terminal universitário, em um terreno localizado em frente ao Uberlândia Shopping e à Faculdade Unitri, que fará a ligação com o Terminal Central, cruzando toda a extensão da Avenida Nicomedes Alves dos Santos.

Figura 39 – Proposta de novos corredores de ônibus no SIT/Uberlândia



Fonte: Prefeitura Municipal de Uberlândia, 2013.

Embora seja uma iniciativa que busque valorizar o transporte público e diminuir o tempo gasto no deslocamento entre a Zona Sul e a Zona Central da cidade, a sua instalação trará alguns impactos ao tráfego local. Ainda que não estejam disponíveis os projetos de engenharia dos novos corredores, a forma mais eficaz, e já em prática em boa parte dos demais corredores, é a utilização dos canteiros centrais para a instalação de vias de uso exclusivo dos ônibus.

Entretanto, o canteiro central desta via não possui as medidas necessárias para a instalação do sistema de faixa exclusiva sem que se faça um novo desenho do fluxo de circulação atual, que necessariamente acarretaria ou a redução de uma faixa de circulação ou a retirada da área de estacionamento lateral. Ademais, implicará também a eliminação dos retornos existentes na avenida, o que causaria o aumento significativo do deslocamento para a realização do retorno, ou a desapropriação de áreas para a criação de circulatórias, ou a introdução de um maior número de semáforos.

Em qualquer que seja o cenário, associado ao fato de que esta via é a única ligação expressa entre este setor da Zona Sul e as demais zonas da cidade, além do aumento exponencial de loteamentos e condomínios tanto horizontais como verticais na região; da consolidação como eixo de expansão comercial; da ligação direta com o Anel Viário Sul; e da estimava que nos próximos dezanos a cidade possa alcançar o índice de um veículo por morador, haverá um estrangulamento no tráfego de veículos particulares, que poderá alterar bastante a dinâmica atual da estrutura de comércios e serviços da avenida.

Para análise do uso e ocupação do solo do trecho da Avenida Nicomedes Alves dos Santos localizado na Zona Sul da cidade, dividimo-lo em dois setores distintos. O primeiro compreende a extensão localizada entre a Avenida Rondon

Pacheco e a Rua Rafael Marino Neto; e a segunda, desta rua até a Avenida Argemiro Evangelista Ferreira.

Verificamos no ano de 2010 que o uso e ocupação do solo com maior incidência era justamente o de áreas sem uso. Embora, já exista uma área residencial consolidada no entorno do primeiro setor da via, a maior parte dos lotes que possui frente para a avenida encontra-se vazia. Ainda que este trabalho não tenha como objetivo realizar um levantamento cadastral da situação relativa à propriedade dos lotes localizados na avenida, há um claro processo de concentração e especulação imobiliária na região. Em reportagem de 2011, o Jornal Correio de Uberlândia já apontava a forte valorização pela qual passava o local.

Chega a 300% a valorização de terrenos na Zona Sul de Uberlândia, especificamente nas Avenidas Francisco Galassi e Nicomedes Alves dos Santos, no Bairro Patrimônio, nos últimos dois anos. A área, que era um setor basicamente residencial, ganha cada vez mais investimentos de empresários. A mudança é impulsionada pela construção do Uberlândia Shopping e da unidade da rede de supermercados Walmart, previstos para serem inaugurados em 2012. O metro quadrado na Nicomedes, que valia cerca de R\$ 300 em 2009, atualmente vale R\$ 1,2 mil. Na Francisco Galassi, o metro quadrado custa R\$ 800 (JORNAL CORREIO DE UBERLÂNDIA, Uberlândia, 12 out. 2011).

Localizados em toda a extensão da avenida, esses vazios urbanos apresentam algumas particularidades. Para melhor estudo destes espaços não ocupados, dividimo-los em cinco áreas distintas. A primeira é aquela localizada entre a Avenida Olavo Oliveira Marques e a Rua Presidente Castelo Branco, composta por áreas de grandes dimensões, que no ano de 2010 começavam a ser ocupadas por dois empreendimentos comerciais de médio porte, um *street mall* e um condomínio de salas comerciais. Estes seguem uma tendência já apontada anteriormente em outras regiões da cidade, mas também o modelo adotado anteriormente no Place Colline, primeiro *street mall* inaugurado na avenida, localizado no primeiro lote fora deste grande vazio urbano.

A segunda área é aquela que vai da Rua Presidente Castelo Branco até a Rua Rafael Marino Neto. Embora já possuía lotes mais regulares, de dimensão média de 1.000 m², no ano de 2010 se encontrava praticamente sem uso. Já a terceira área é um *mix* das duas anteriores: de um lado encontramos lotes regulares e do outro, áreas de maiores dimensões, todas sem uso no período do levantamento.

A quarta área é aquela localizada entre as Avenidas dos Vinhedos e Argemiro Evangelista Ferreira, que em 2010 contava com uma unidade da ICASU e com o Centro Universitário do Triângulo - Unitri e, do lado oposto, dois empreendimentos em obras, o Uberlândia Shopping e um condomínio horizontal fechado. Após esse trecho havia apenas grandes áreas sem nenhum uso.

Figura 40 – Uberlândia (MG) – Imagem aérea da ocupação urbana da Avenida Nicomedes Alves dos Santos, com destaque para os vazios urbanos – 2011



Fonte: Google Earth, adaptado por JESUS, V.L.R., 2011.

No que se refere aos demais usos, no ano de 2010 encontrávamos algumas residências concentradas no primeiro trecho da avenida, todas de alto padrão, sendo que a maior parte foi erguida entre as décadas de 1990 e 2000, com poucas construções realizadas para este fim nos últimos anos, indicando que neste setor da avenida não há mais interesse no desenvolvimento do uso residencial, até mesmo em função do alto valor que a terra adquiriu, o que praticamente inviabiliza qualquer construção dessa natureza.

Entretanto, no segundo trecho da avenida, mais especificamente após a Avenida dos Vinhedos, verificamos já em 2010 uma forte tendência para o uso residencial, em especial no segmento de condomínios, tanto horizontais como verticais. Neste ano se encontravam em fase de finalização dois desses estabelecimentos e outro em etapa de pré-lançamento, sendo o primeiro o The Palms Houses & Club, um condomínio fechado de casas de três e quatro quartos; o segundo, o Solares da Gávea, condomínio fechado com terrenos para construção; e o terceiro, o Univercittá, condomínio fechado de prédios com quatro pavimentos.

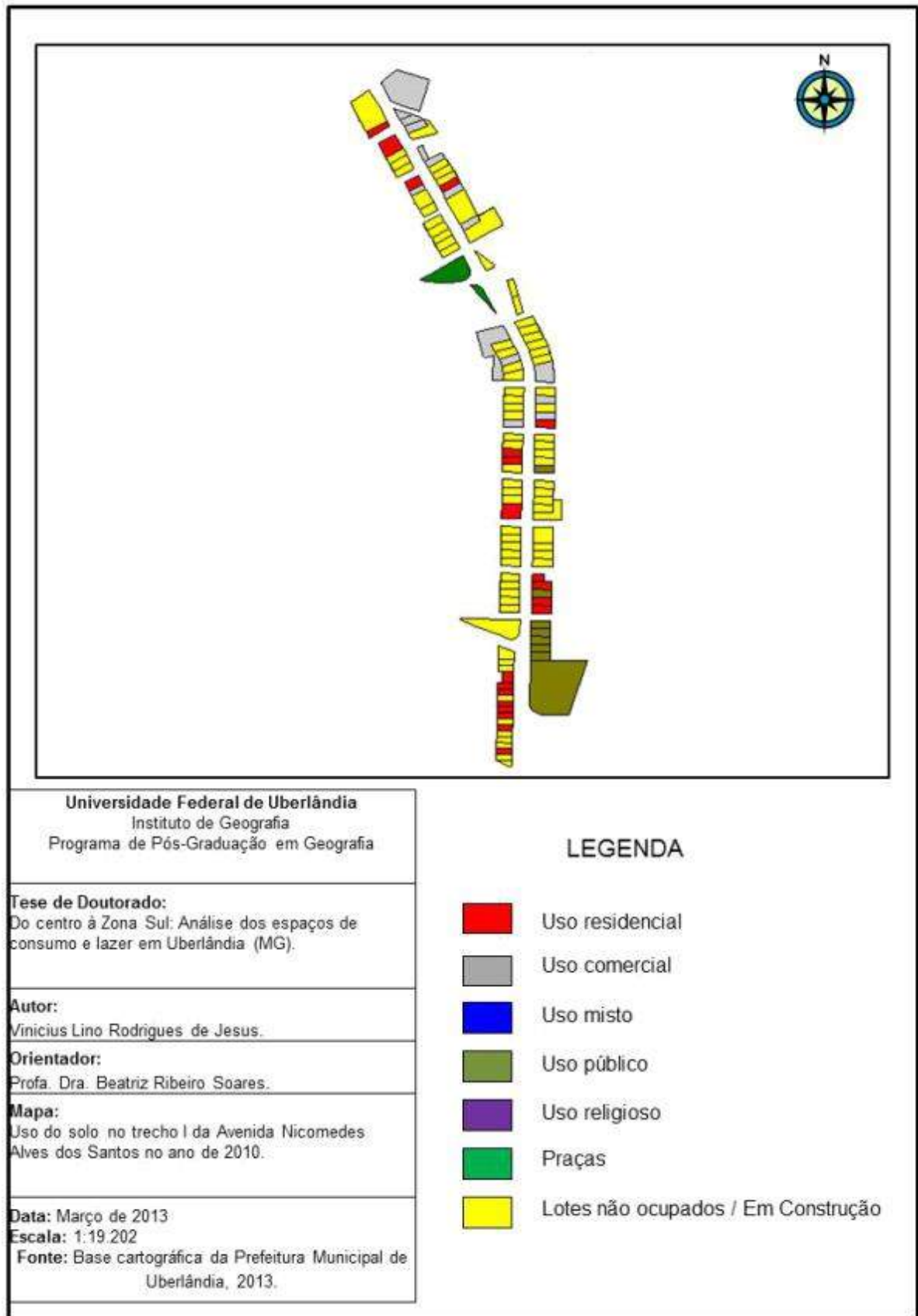
Quanto ao uso comercial, verificamos a concentração de estabelecimentos na parte inicial do primeiro trecho, sendo a maior parte deles voltada para o setor de serviços. Também já se encontrava em funcionamento um *street mall*, focado nos serviços médicos e de estética; e estavam em fase de construção dois outros empreendimentos semelhantes.

Já no segundo trecho o único empreendimento existente de maior destaque era o Unitri. Entretanto, já se encontrava em obras o Uberlândia Shopping, da empresa Sonae Sierra Brasil, que viria a ser o grande marco da nova estrutura comercial da Zona Sul da cidade.

Embora em número reduzido, também encontramos alguns equipamentos de uso público e/ou comunitário, como a sede do Ministério Público Federal e a Estação de Tratamento de Água e Reservatório do Bom Jardim do DMAE de Uberlândia, ambos na primeira parte da avenida; e uma unidade da organização de assistência social ICASU no segundo trecho.

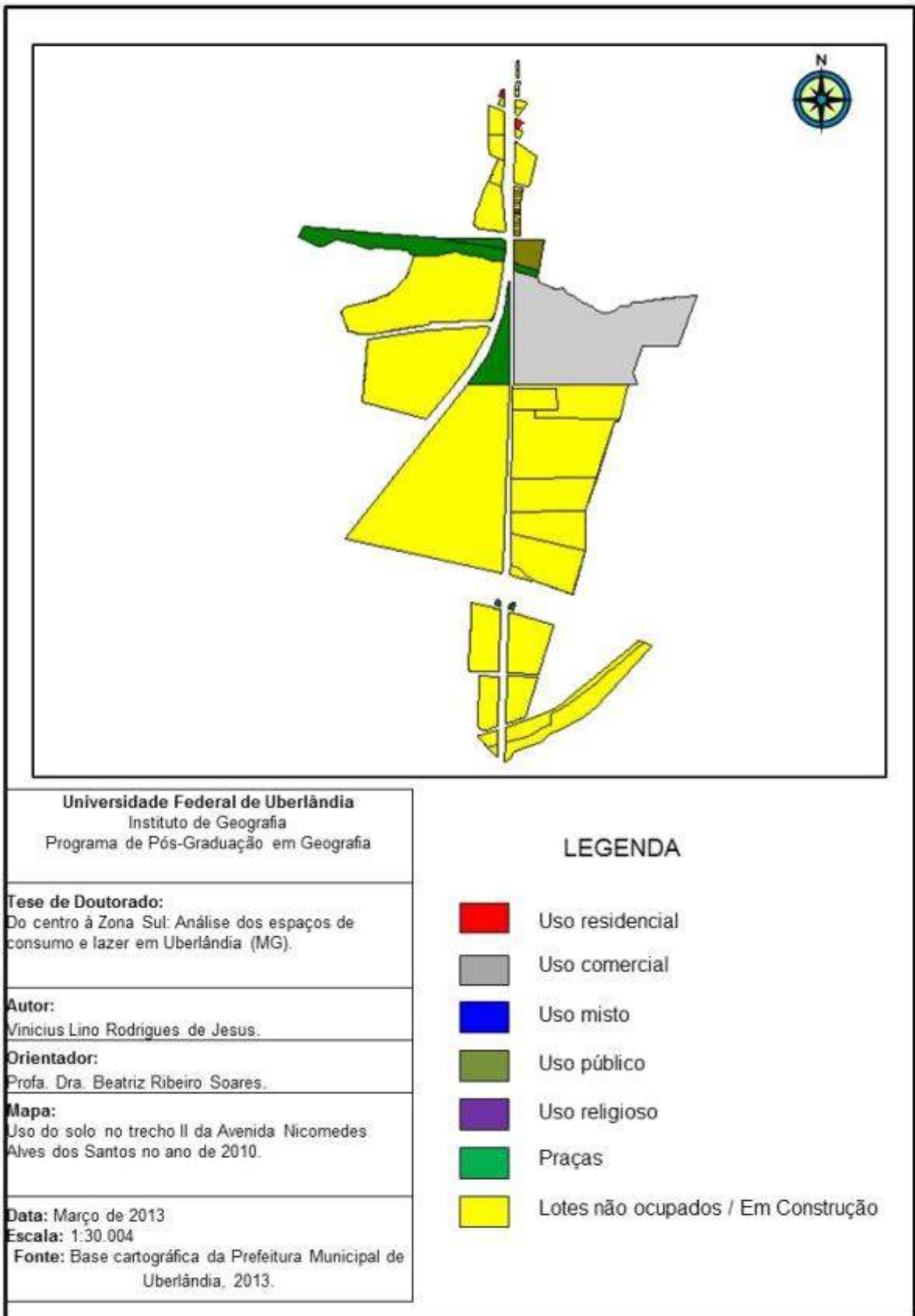
Também foram identificados no levantamento aqueles lotes ou construções que estavam disponíveis no mercado imobiliário. No primeiro trecho da avenida havia 11 áreas para locação e apenas uma para venda. Destas, duas eram antigas residências; outra, um espaço comercial vazio e as demais, lotes não ocupados. Já no segundo trecho havia apenas uma antiga residência para locação.

Mapa 63 – Uberlândia (MG) - Uso do solo no trecho I da Avenida Nicomedes Alves dos Santos – 2010



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Mapa 64 – Uberlândia (MG) - Uso do solo no trecho II da Avenida Nicomedes Alves dos Santos – 2010



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

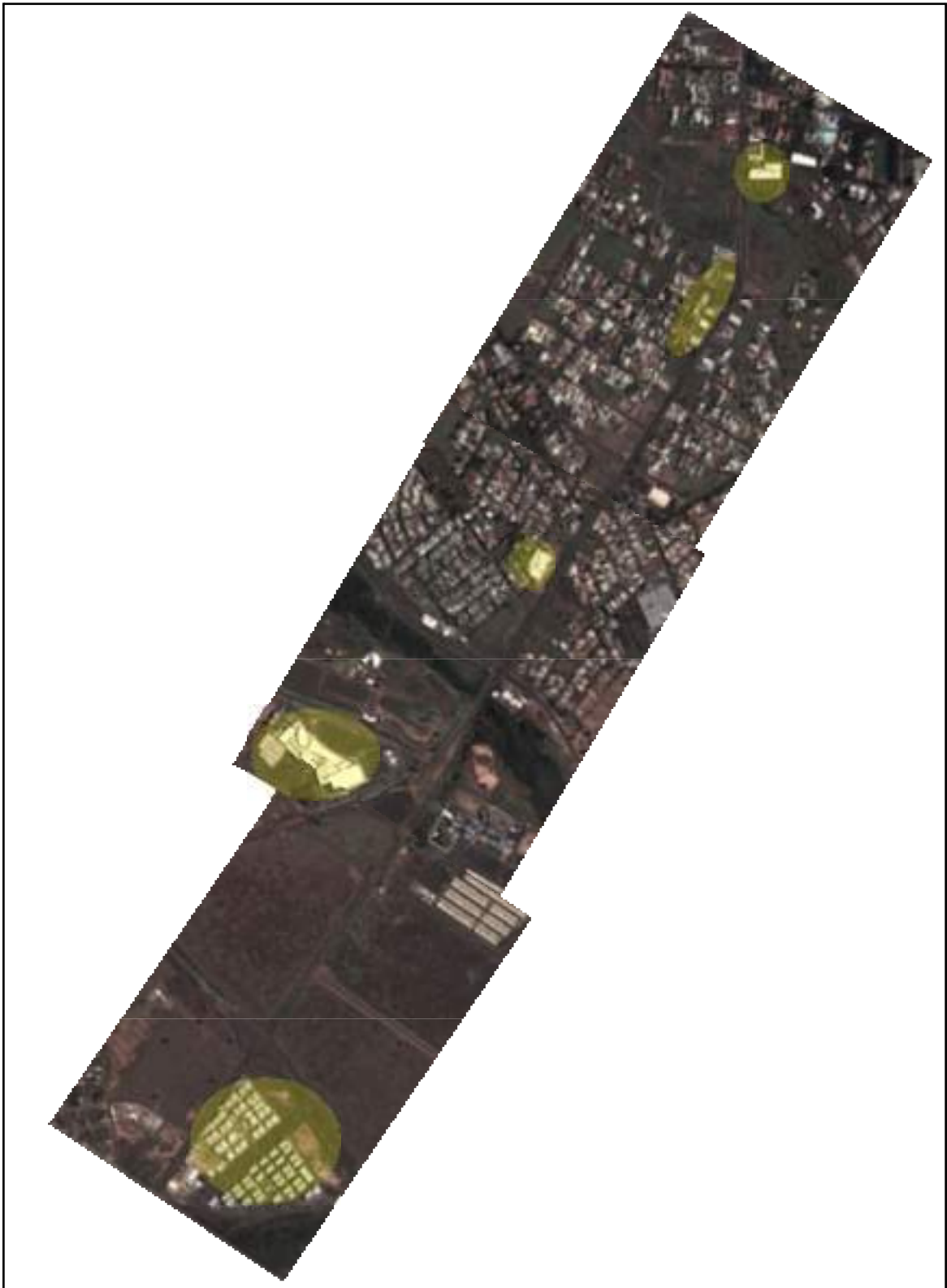
Dentre as principais alterações do uso e ocupação do solo em relação ao ano de 2010, destacamos a ampliação do uso comercial da avenida. Esse incremento no número de estabelecimentos, diferentemente de outros setores já analisados, ocorre principalmente em função da ocupação dos lotes vazios.

Podemos identificar duas formas de ocupação distintas: a primeira, que compreende a instalação de equipamentos comerciais próprios em áreas alugadas ou compradas; e uma segunda, baseada na criação de *street malls* e/ou conjuntos de salas comerciais.

No primeiro trecho da avenida observamos tanto a construção de estruturas tipo galpão, erguidas para serem alugadas, como de edificações destinadas a abrigar um estabelecimento específico. Também verificamos a implantação de um novo *street mall*, o Village Altamira, com 16 salas comerciais para locação e mais de 30 vagas de estacionamento próprio; e o World Business Center, que conta com 28 salas comerciais para locação de tamanhos variados e 185 vagas para veículos.

Já no segundo trecho verificamos a consolidação dos centros comerciais de formatos diversos. O de maior porte e pioneiro do desenvolvimento comercial da região foi o Uberlândia Shopping, que possui atualmente uma área bruta locável superior a 45 mil m², 198 lojas e 2.400 vagas de estacionamento. Entretanto, também encontramos um “micro” *street mall*, com quatro salas, outro de tamanho médio, o Gávea Sul Pátio Shopping, com 18 lojas; e o Gávea Business, um *mix* de conjunto de salas comerciais com *street mall*, que conta com 117 salas comerciais e 12 lojas disponíveis para locação, além de 307 vagas de estacionamento próprio.

Figura 41 – Uberlândia (MG) – Imagem aérea da ocupação urbana da Avenida Nicomedes Alves do Santos, com destaque para as novas construções – 2013



Fonte: Google Earth, adaptado por JESUS, V.L.R., 2013.

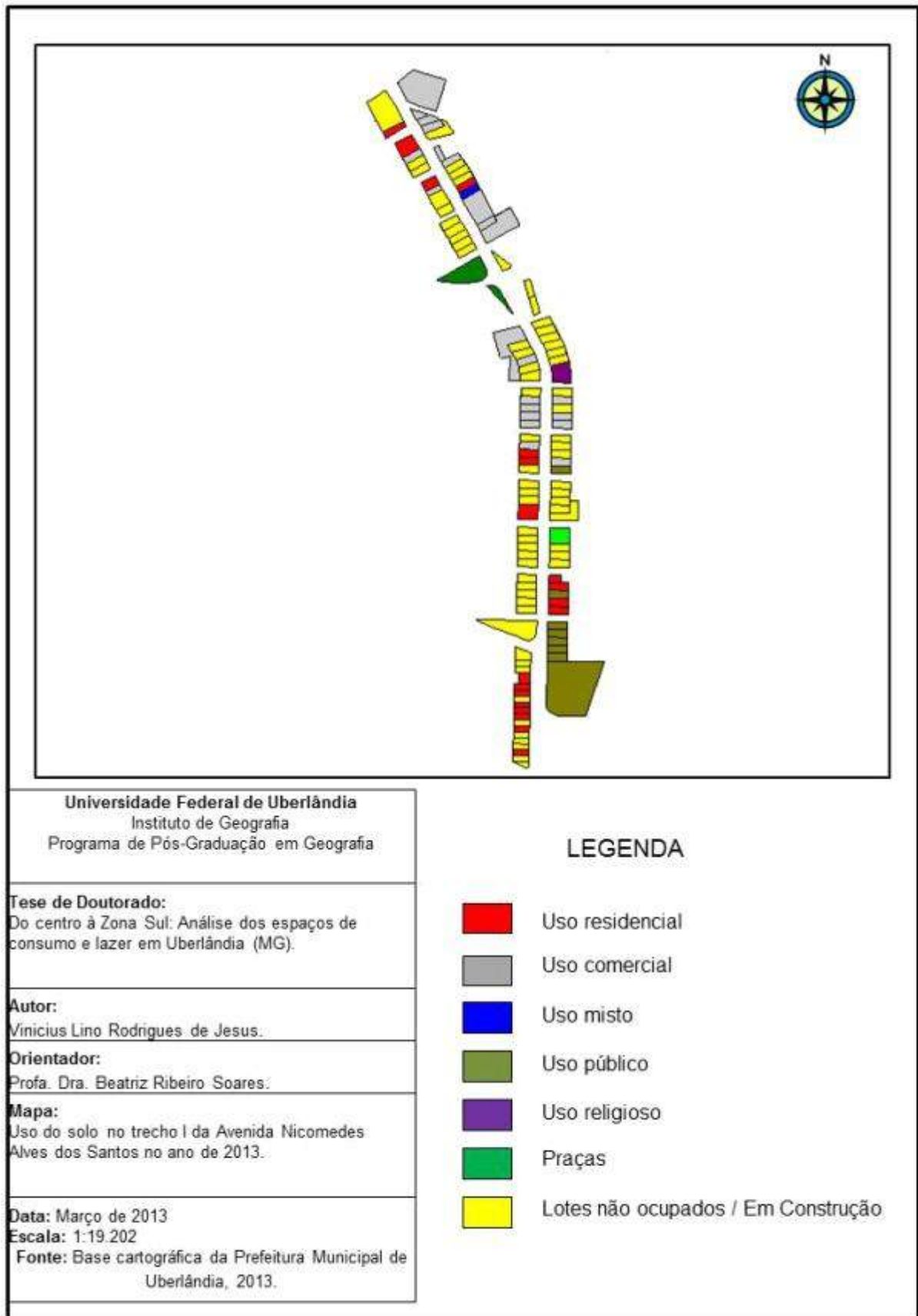
Também é importante destacar que o aumento do número de estabelecimentos comerciais na Avenida Nicomedes Alves dos Santos nesses últimos três anos foi indutor também do desenvolvimento de outros eixos comerciais no setor central da Zona Sul da cidade. Duas outras avenidas que não possuíam usos comerciais significativos no ano de 2010 vêm ganhando novos estabelecimentos. A Avenida dos Vinhedos já conta com um conjunto de salas comerciais em funcionamento, uma concessionária de veículos e uma torre comercial em fase de pré-lançamento.

Já a Avenida Rafael Marino Neto, que abrigou no passado o primeiro *shopping center* de Uberlândia, o Ubershopping, o qual encerrou as suas atividades na década de 1990, volta a ganhar importância comercial, tanto pela revitalização deste espaço, como pela construção de salas comerciais tipo galpão para a locação comercial.

Além dessas avenidas, também encontramos alguns projetos em fase de desenvolvimento, que têm como objetivo a criação de novos eixos comerciais na região, com destaque para o Polo Tecnológico Sul e a área comercial do condomínio fechado Varandas do Sul, ambos citados anteriormente.

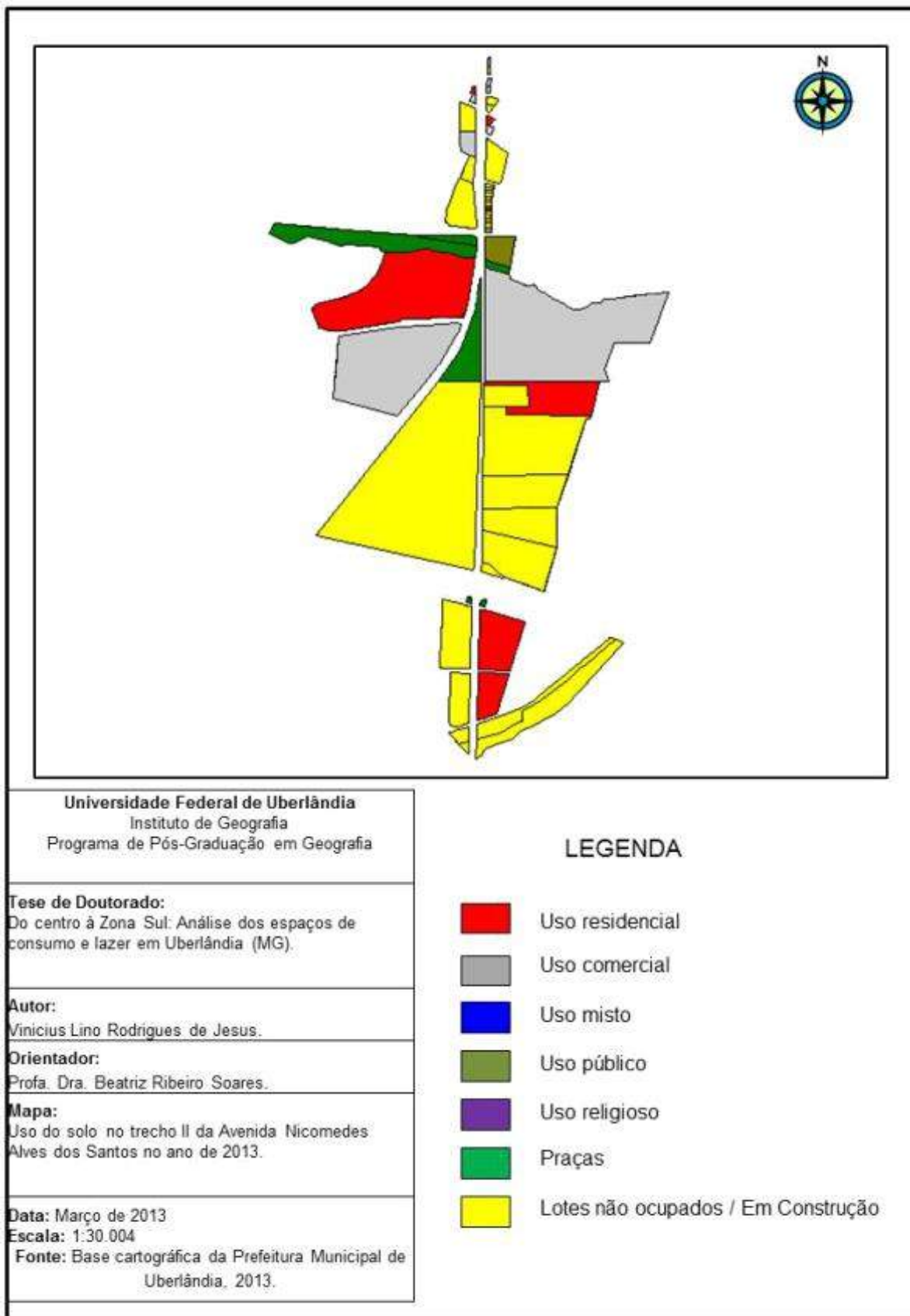
Além dos estabelecimentos comerciais existentes também foram identificados no levantamento aqueles lotes que estavam disponíveis no mercado imobiliário. No período havia 14 áreas disponíveis para locação: dez estavam localizadas no primeiro trecho da avenida, sendo duas delas antigos estabelecimentos comerciais que fecharam o negócio e os outros, lotes vazios. Já no segundo trecho, três são antigas residências e a outra, um espaço comercial sem uso.

Mapa 65 – Uberlândia (MG) - Uso do solo no trecho I da Avenida Nicomedes Alves dos Santos – 2013



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Mapa 66 – Uberlândia (MG) - Uso do solo no trecho II da Avenida Nicomedes Alves dos Santos – 2013



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

5.4.1 A dinâmica comercial na Avenida Nicomedes Alves dos Santos

Quanto à estrutura comercial da avenida, verificamos que no ano de 2010 havia no primeiro trecho um equilíbrio entre o uso para comércio e serviços. Encontramos ali um supermercado, que por sua vez conta com três estabelecimentos comerciais em seu interior, uma casa lotérica, uma locadora de vídeos e uma drogaria; e lojas de especialidades, sendo dois estabelecimentos de jardinagem e duas lojas de móveis e decoração. Em relação ao setor de serviços, havia um escritório de advocacia, um de consultoria, um de engenharia e uma clínica médica.

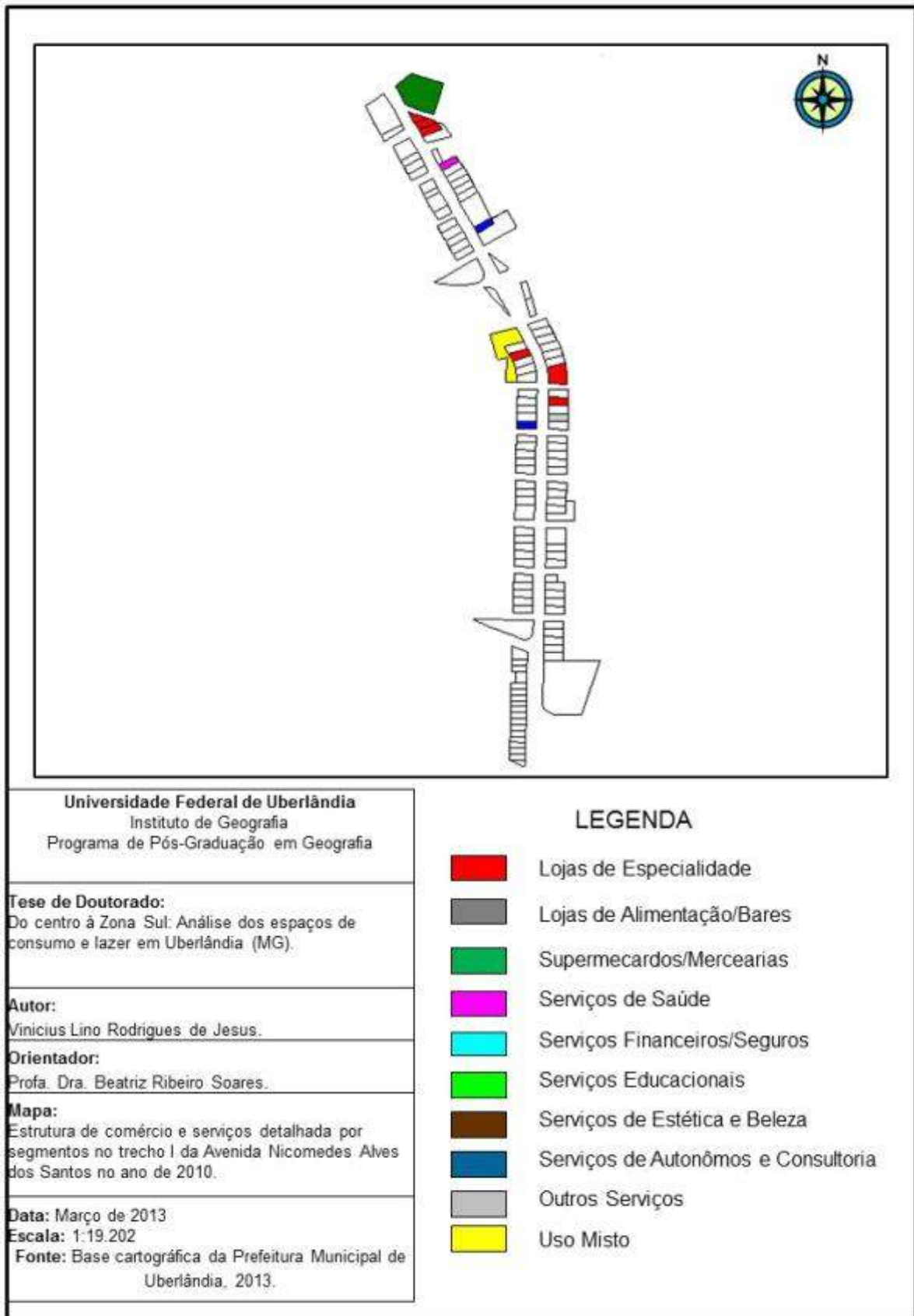
Além disto, também observamos um espaço de uso misto, o Place Colline, cujo foco está no segmento de saúde e estética, com clínicas médicas, laboratório de exames, clínicas odontológicas, salão de beleza e academia de ginástica, e ainda com algumas lojas de vestuário e acessórios e um café.

Foto 52 – Uberlândia (MG) – Estabelecimento comercial tipo *street mall* na Avenida Nicomedes Alves dos Santos – 2011



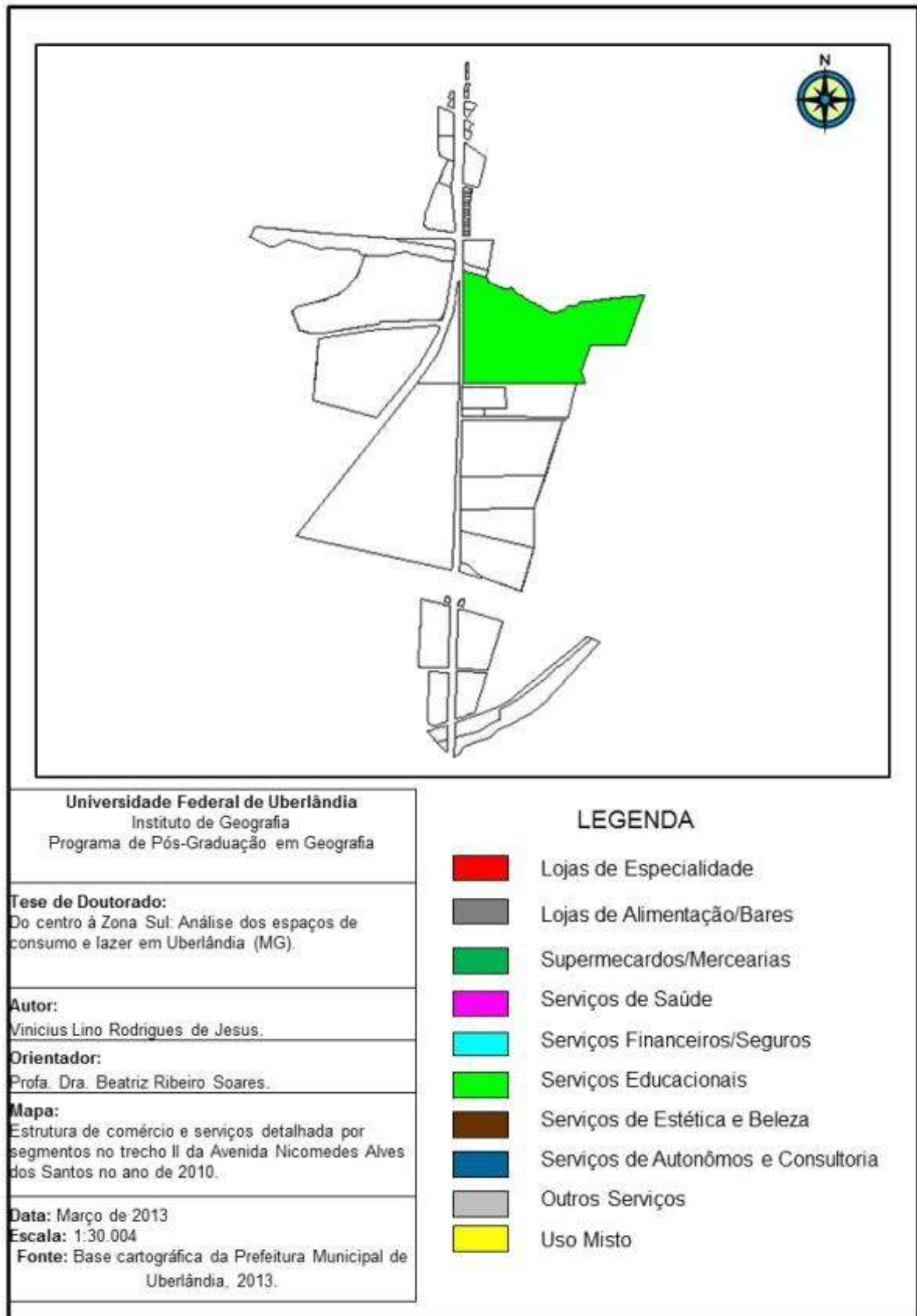
Fonte: JESUS, V.L.R., 2011.

Mapa 67 – Uberlândia (MG) - Localização de todos os segmentos comerciais e de serviços no trecho I da Avenida Nicomedes Alves dos Santos – 2010



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Mapa 68 – Uberlândia (MG) - Localização de todos os segmentos comerciais e de serviços no trecho II da Avenida Nicomedes Alves dos Santos – 2010



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

No segundo levantamento verificou-se que a porção mais antiga da avenida se encontra numa fase de consolidação do uso comercial. Já os trechos mais novos, que nunca chegaram a se consolidar como zona residencial efetiva, aos poucos vêm se estruturando como área eminentemente comercial.

É cedo para compreender como será a evolução da estrutura comercial desse eixo viário, devido aos grandes vazios urbanos ainda existentes na região. Todavia percebemos algumas tendências claras: primeiro, a predominância de comércio e serviços de médio e alto luxo, voltados principalmente para a população dos bairros vizinhos. Segundo, a disposição para se construírem pequenos empreendimentos tipo *street mall*, que concentram serviços similares ou diversos, bem como conjuntos comerciais de até quatro salas/lojas voltadas para a rua, em ambos os casos com o objetivo de aproveitar os altos valores dos terrenos e otimizar o investimento.

Neste sentido, se compararmos o levantamento realizado no ano de 2013 com o anterior, verificamos algumas alterações importantes na estrutura comercial da avenida. A primeira seria o aumento do comércio baseado em lojas de rua, sendo que a IBM, do segmento de tecnologia e informação, foi o único serviço que se instalou neste primeiro trecho. No segmento de lojas especializadas verificamos a abertura de duas drogarias, duas lojas de móveis e materiais para acabamento e dois estabelecimentos de alimentação, uma padaria e um restaurante tipo *self-service*.

Também foram inaugurados alguns novos centros comerciais, de características distintas. O primeiro, Village Altamira, atualmente possui apenas uma sala sem uso e concentra nove estabelecimentos de alimentos e bebidas, sendo a maioria deles de franquias, como a Domino's Pizza e o Subway Sanduíches; e

alguns serviços diversos, como dois salões de beleza, uma agência de viagens e uma lavanderia, a maior parte também composta por franquias.

Foto 53 – Uberlândia (MG) – Fachada do Village Altamira na Avenida Nicomedes Alves dos Santos – 2011



Fonte: JESUS, V.L.R., 2011.

Os outros empreendimentos são o World Business Center, que concentra escritórios de serviços diversos e um posto de gasolina com um *mix* de quatro lojas: uma de conveniência, um cabeleireiro, uma locadora de vídeo e uma de acessórios e bijuterias.

Este modelo de negócio, onde há predominância de franquias, como já citado anteriormente, parece ser aquele que se consolida nos novos empreendimentos deste primeiro setor, do tipo *street mall*, e tendem a se repetir nos novos estabelecimentos do segundo trecho da avenida.

O recém-inaugurado Gávea Sul Pátio Shopping segue o mesmo modelo do Village Altamira e foca principalmente o setor de alimentos e bebidas, já contando com três estabelecimentos do segmento. Do lado oposto a este empreendimento

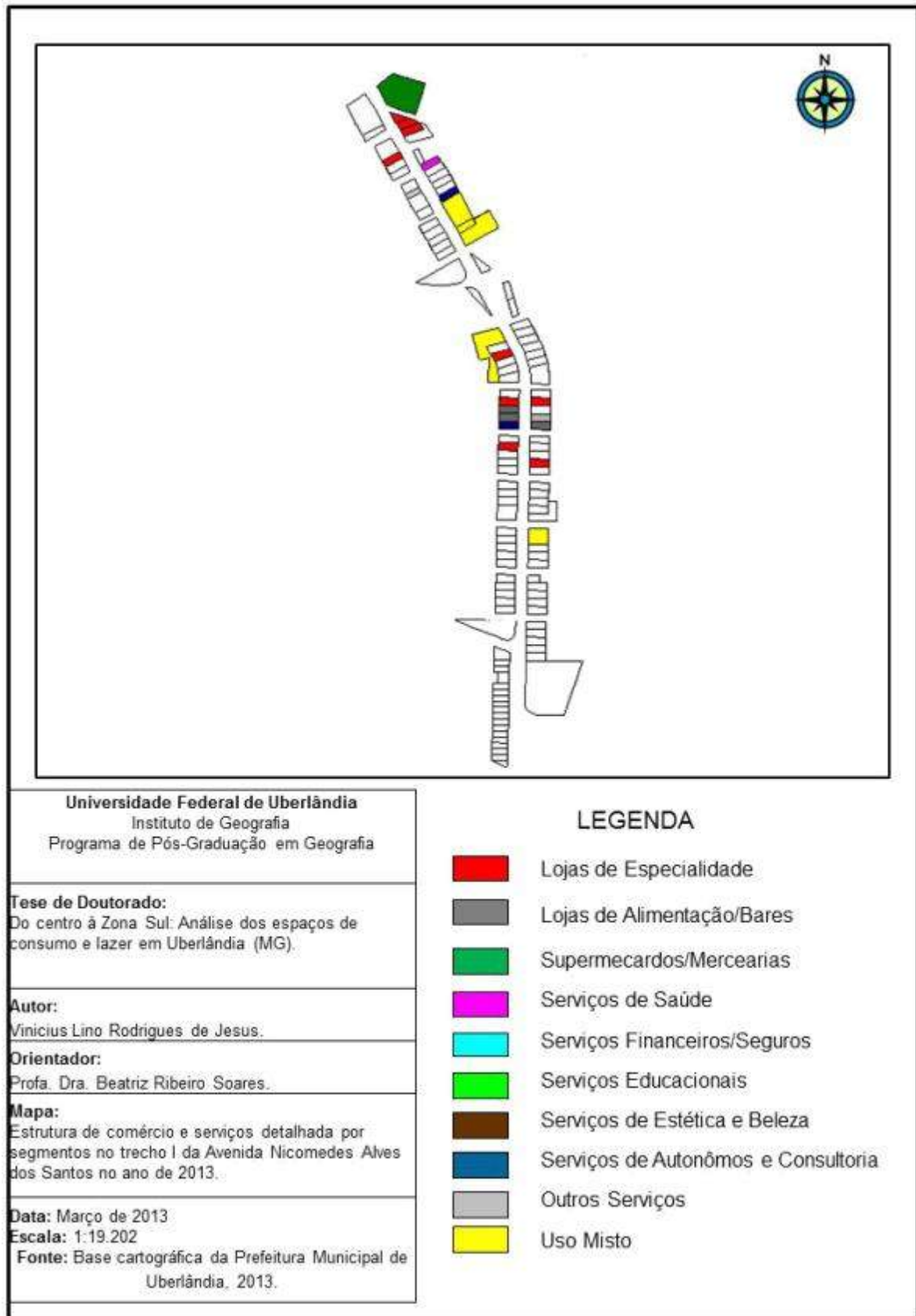
encontramos um pequeno centro comercial com quatro salas, duas com serviços de alimentos e bebidas, uma clínica odontológica e uma academia de Pilates.

Já o Gávea Business, em fase de conclusão, com um *mix* distinto dos demais, com 12 lojas de rua e diversas salas comerciais para locação, possui espaços maiores, de até 400 m².

Por fim, temos o Uberlândia Shopping, inaugurado no ano de 2012. Trouxe para a região, além de lojas típicas deste modelo de empreendimento, como do setor de vestuário e acessórios, alimentos e bebidas, eletrodomésticos e eletroeletrônicos, lojas de departamentos, artigos para casa e lazer; também um hipermercado que não operava na cidade, o Walmart, e uma loja de materiais de construção, a Leroy Merlin.

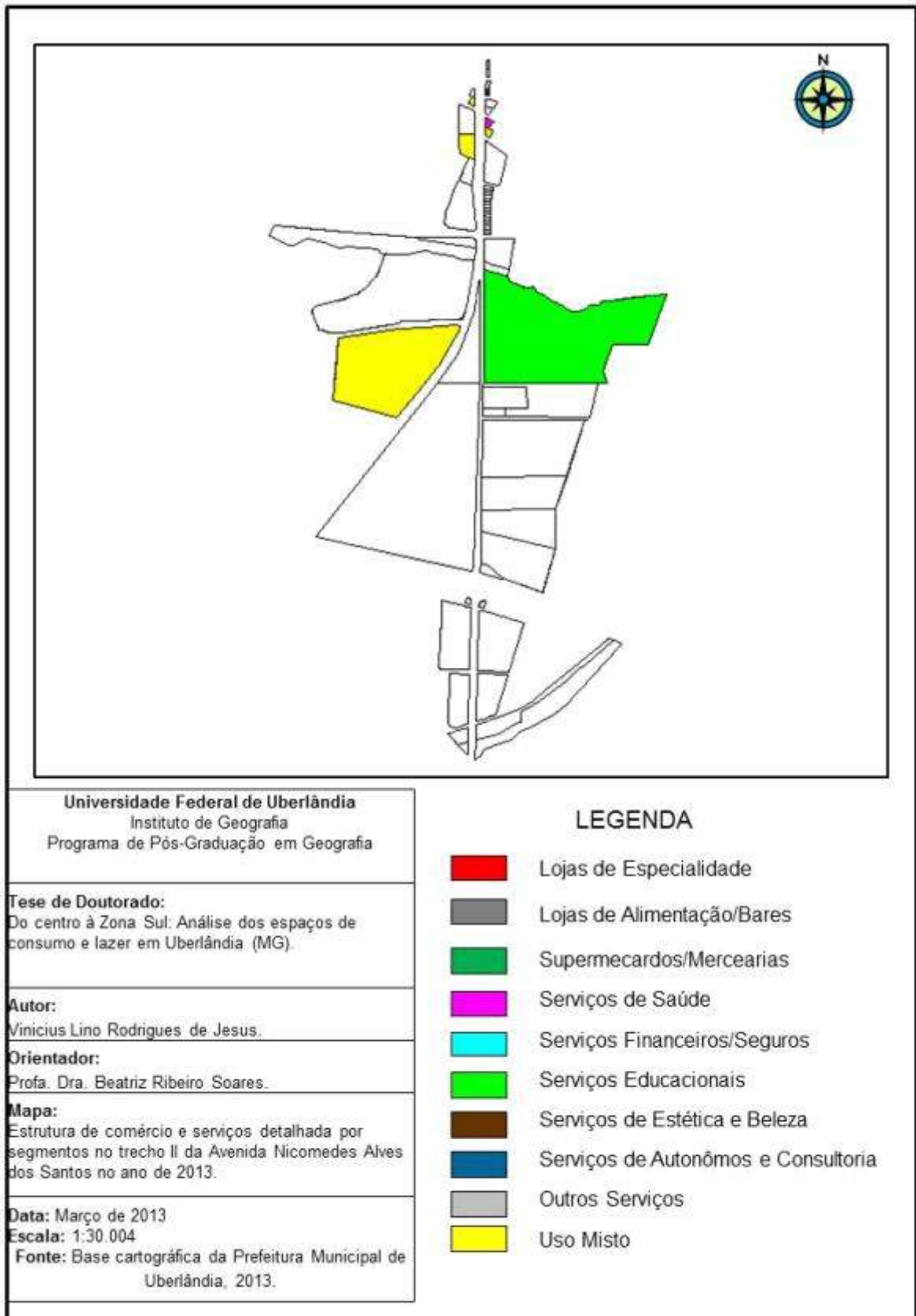
Desta forma, criou-se um novo polo comercial que atende a população local e do entorno, com influência na região do Triângulo como um todo, uma vez que o comércio especializado da cidade atrai pessoas de cidades vizinhas.

Mapa 69 – Uberlândia (MG) - Localização de todos os segmentos comerciais e de serviços no trecho I da Avenida Nicomedes Alves dos Santos – 2013



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

Mapa 70 – Uberlândia (MG) - Localização de todos os segmentos comerciais e de serviços no trecho II da Avenida Nicomedes Alves dos Santos – 2013



Fonte: JESUS, V.L.R., 2013.

CAPÍTULO 6 – PROPOSTAS PARA REJUVENESCER UM VELHO CENTRO

6.1 INTRODUÇÃO

Nos capítulos anteriores foram apresentadas as principais características urbanas e das atividades comerciais em três setores distintos da cidade: do Bairro Centro; de parte da zona periférica da área central, composta pelos Bairros Fundinho, Lídice e Tabajaras; e dos principais eixos viários da Zona Sul de Uberlândia, as Avenidas Francisco Galassi e Nicomedes Alves dos Santos.

Neste capítulo será realizada uma análise mais detalhada, não mais por setor, mas olhando o conjunto das áreas, que do ponto de vista espacial correspondem à ligação entre o Bairro Centro e o setor sul da cidade, no que diz respeito a quatro temas específicos:

1. o desenvolvimento do setor imobiliário residencial;
2. a estrutura do comércio de rua;
3. a evolução do setor de serviços;
4. a utilização dos espaços públicos e novas formas de lazer.

Para além desses temas principais, também serão destacados outros, secundários, que de certa forma são transversais a todos eles, tais como a questão da mobilidade, a legislação e as políticas públicas.

Ao final de cada tema serão apresentadas também algumas propostas para a melhoria do centro tanto para os moradores como para os milhares de usuários que por ali passam diariamente, sempre levando em conta a realidade local, adaptando-a às ações que vêm sendo adotadas por cidades brasileiras e no exterior. Para tanto, acredita-se que a principal solução é vocacionar o centro, ou seja, é necessário que ele tenha um ou diversos papéis na cidade, que seu valor seja

entendido não só como histórico-cultural, mas também como valores funcionais, locacionais e de diferenciação em relação às demais regiões da cidade.

As propostas que serão apresentadas levam em conta, sempre que, embora pouco usual nas políticas públicas adotadas pelas cidades brasileiras, é necessário avançar de forma concreta e criativa, adotando medidas inovadoras que estejam em sintonia com as mudanças realizadas pelas cidades que se encontram na vanguarda de cada um dos temas aqui tratados - ainda que muitas das propostas possam exigir tanto do Poder Público, quanto do empresariado e dos moradores, grandes esforços para a sua efetiva adoção.

Entretanto, as mesmas são passíveis de negociação e de implantação a médio e longo prazos, possibilitando uma real mudança de pensamento em relação à *urbis* e à melhoria da qualidade de vida da população em geral, sendo a maior parte tanto aplicável ao Bairro Centro em específico, como à cidade como um todo.

6.2 O DESENVOLVIMENTO DO SETOR IMOBILIÁRIO RESIDENCIAL

Conforme apresentado nos levantamentos nos três setores analisados neste trabalho, Uberlândia teve um grande crescimento do setor imobiliário nos últimos anos, elemento característico de uma cidade em transição que, de acordo com o IBGE, caminha para chegar a uma população de um milhão de habitantes nos próximos 25 anos (CORREIO DE UBERLÂNDIA. Uberlândia, 30 de ago. 2013).

Dados da Secretaria Municipal de Planejamento Urbano sobre evolução das construções habitacionais em 71 bairros da cidade (64 já aprovados e 7 em aprovação) mostram crescimento anual constante desde 2002 até 2012, com média de crescimento da ordem de 27,62% ao ano. Se observarmos o volume de áreas

aprovadas (m²) acumuladas no período, levando em conta todas as modalidades de construção, verificamos que houve um aumento da ordem de 1.000%.

Todavia, se observarmos os dados ano a ano percebemos uma importante mudança nessa evolução. Até 2007 havia predominância de construção de residências unifamiliares, e a partir de 2008 mais que triplicou o número de áreas aprovadas para os edifícios residenciais em relação aos anos anteriores, tendência esta que continua nos anos seguintes até 2012, com exceção de 2009.

Figura 42 – Uberlândia (MG) – Evolução das construções habitacionais nos 71 bairros de Uberlândia – 2002/2012

64 BAIROS INTEGRADOS APROVADOS
7 BAIROS AINDA NÃO APROVADOS

DADOS DA EVOLUÇÃO DAS CONSTRUÇÕES HABITACIONAIS

Descrição	Áreas Aprovadas (m²)												Períodos (m²)	
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Total	2005-2008	2009-2012
Construção Residencial	178.747,18	139.714,37	139.714,37	115.189,03	134.497,54	160.880,44	200.256,30	265.635,94	284.722,98	211.257,98	154.745,95	2.018.461,96	643.623,21	916.462,85
Planta Popular	104.483,06	75.919,81	69.359,66	61.780,34	73.792,64	68.515,93	72.936,67	72.681,20	43.885,52	28.052,57	17.560,61	688.868,01	276.958,38	162.179,90
Res. Mult. Familiares Horizontal	23.404,83	13.653,38	11.337,77	9.880,10	11.900,93	11.468,12	14.633,25	17.684,95	7.284,90	7.139,41	18.020,09	148.307,23	49.860,90	30.450,35
Edifícios Residenciais	78.493,33	100.951,13	89.548,57	100.927,26	85.907,29	111.545,36	300.588,49	136.383,57	404.986,32	304.408,77	300.947,20	2.127.680,69	398.968,80	1.239.725,86
Edifícios Mistos (Comerc. e Resid.)	38.736,55	21.130,98	16.124,15	7.143,87	20.204,36	12.425,20	62.569,20	9.240,75	5.902,94	12.714,80	131.76,00	320.362,92	204.342,65	41.038,49
Total	423.884,96	351.359,67	325.824,52	294.880,60	324.382,74	367.835,46	782.942,33	681.627,41	767.682,46	543.693,53	597.483,86	5.384.907,73	1.773.954,14	2.629.857,46
Total acumulado	504.826,32	928.711,27	1.288.879,94	1.688.295,46	1.986.776,86	2.228.878,82	2.896.914,27	3.378.876,69	3.881.894,81	4.448.586,67	5.246.848,82	-	-	-
% crescimento	0%	83,97%	37,83%	25,46%	18,36%	17,27%	14,80%	30,35%	14,84%	19,76%	12,13%	-	-	-

Fonte: Sepina

Descrição	Alvarás Concedidos												Períodos (total)	
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Total	2005-2008	2009-2012
Construção Residencial	1.056	775	701	641	845	1.052	2.330	2.238	2.315	1.508	1.234	14.715	4.888	7.295
Planta Popular	1.315	1.179	1.138	930	1.091	1.019	1.159	1.071	644	407	256	10.209	4.199	2.378
Res. Mult. Familiares Horizontal	240	75	58	56	60	60	82	83	27	36	94	871	208	240
Edifícios Residenciais	66	63	55	46	51	71	89	102	218	238	231	1.230	257	789
Edifícios Mistos (Comerc. e Resid.)	85	-	47	22	41	33	32	33	24	35	38	390	128	130
Total	2.762	2.092	1.999	1.695	2.088	2.235	3.712	3.527	3.228	2.224	1.863	27.415	9.738	10.832
Total acumulado	4.762	7.824	9.616	11.615	13.310	15.398	17.633	21.348	24.872	28.188	29.951	-	-	-
% crescimento	0%	58,08%	27,88%	20,79%	14,59%	15,68%	14,51%	21,05%	16,52%	12,98%	7,91%	-	-	-

Fonte: Sepina

Fonte: Secretaria Municipal de Planejamento Urbano - PMU, 2013.

O aumento do número de áreas aprovadas de edifícios residenciais por um lado, e a redução do número de construções residenciais unifamiliares por outro, verificada a partir de 2011, explica-se em razão de diversos fatores. O primeiro é relacionado aos usos do solo e à renda fundiária urbana: à medida que a cidade se consolida e a disponibilidade de terra se esgota, o valor do solo urbano aumenta consideravelmente, levando tanto o cidadão interessado na aquisição de um lote para a construção de um imóvel próprio, como o incorporador imobiliário, a optar pelos edifícios residenciais, no primeiro caso por ser mais barato que uma unidade unifamiliar, e no segundo por proporcionar um retorno maior ao capital investido.

Entretanto, verificamos várias fases desse processo de verticalização, apontadas nos capítulos anteriores, cuja tipologia inicial - em especial nos bairros mais afastados na área central, onde o custo da terra urbana já se encontra valorizado há bastante tempo - foi caracterizada por edificações de até quatro pavimentos, bastante difundida nas décadas de 1990 e 2000 nos Bairros Copacabana, na Zona Sul; Santa Mônica e Umuarama na Zona Leste; Roosevelt na Zona Norte; Planalto na Zona Oeste; e Brasil e Martins no Hipercentro.

Tipologia esta que já não é a predominante nesses bairros em função da alta valorização dos lotes ainda disponíveis, ocorrida na última década. O aumento significativo do solo deu origem ao segundo fator que levou a um aumento de áreas aprovadas de edifícios residenciais: o setor imobiliário local, que era bastante heterogêneo, passa a ser controlado pelas grandes construtoras e incorporadoras, que possuem o capital necessário para investimentos de médio e grande portes.

Um terceiro fator importante para compreender o grande aumento dos edifícios verticais na cidade é o *Programa Minha Casa, Minha Vida* do Governo Federal, que, por meio de uma série de incentivos fiscais e financeiros, estimulou a

construção de conjuntos de edifícios destinados à população de classe média-baixa e baixa, o que levou inclusive à redução significativa, a partir de 2010, das construções unifamiliares com plantas populares, conforme pode ser verificado na Figura 42.

Todavia, para compreendermos a dinâmica do que ocorre nos três setores analisados na tese é preciso agregar a questão da localização residencial. Por razões diversas, as três áreas apresentam ou apresentaram em determinado momento características próprias que atraíram e atraem determinados grupos sociais que se identificam com cada setor, seja no que se refere à proximidade com os locais que frequenta; as características urbanas e ambientais do local; a questão da segurança e privacidade; e, não menos importante, a possibilidade de valorização da localização onde estão inseridos.

Em relação à localização, todos os três setores são ou já foram em determinada época, as regiões mais nobres do ponto de vista residencial na cidade: o Bairro Centro, principalmente na primeira metade do século XX; os demais bairros da zona periférica do centro na segunda metade; e a Zona Sul, a preferida a partir do início deste século, em especial com o surgimento dos condomínios horizontais.

Embora ainda existam áreas residenciais de alto padrão em todos esses setores, com características distintas - predominância das edificações verticais no Bairro Centro; de residências unifamiliares nos bairros analisados da zona periférica do centro e de residências localizadas em condomínios horizontais fechados no setor sul -, cada vez mais o uso comercial ganha destaque nas três regiões, conforme descrito nos capítulos anteriores.

Em relação à Zona Sul analisada neste trabalho, no que se refere ao setor residencial, verificamos na área mais consolidada, composta pelos Bairros Vigilato

Pereira, Morada da Colina, Patrimônio e Jardim Karaíba, uma ocupação lenta dos lotes ainda disponíveis, em função de um forte processo de especulação imobiliária, que fez com que o valor da terra se elevasse consideravelmente na última década, restringindo a aquisição de lotes e a construção de novas residências às pessoas dispostas a pagar um sobrepreço no lote ou que haviam adquirido há algum tempo e aguardavam o momento propício para iniciar a obra.

É importante destacar que a maioria absoluta das novas edificações é de padrão médio-alto e alto, com exceção de poucas localizadas no Bairro Patrimônio, que foram realizadas pelos antigos moradores. Ou seja, esta característica acaba fortalecendo o processo de especulação pelo qual passa a região, uma vez que a torna uma das poucas áreas da cidade, se não a única, para se morar em loteamentos convencionais de alto padrão.

Porém, a Lei Complementar 525/2011, que dispõe sobre o zoneamento do uso e ocupação do solo do município de Uberlândia, passou por duas alterações posteriormente, feitas pelo Poder Público, as quais podem alterar a dinâmica do desenvolvimento do setor imobiliário residencial dessa região.

A primeira, já citada neste trabalho, foi a promulgação da Lei Complementar 085/2012, que permitiu a verticalização nos lotes localizados no lado direito (sentido bairro/centro) da Avenida Francisco Galassi, eixo viário crucial do setor, no trecho compreendido entre a Avenida Rondon Pacheco e a Rua José Humberto Alves. Todavia, até o momento, apenas foi construído um condomínio no local.

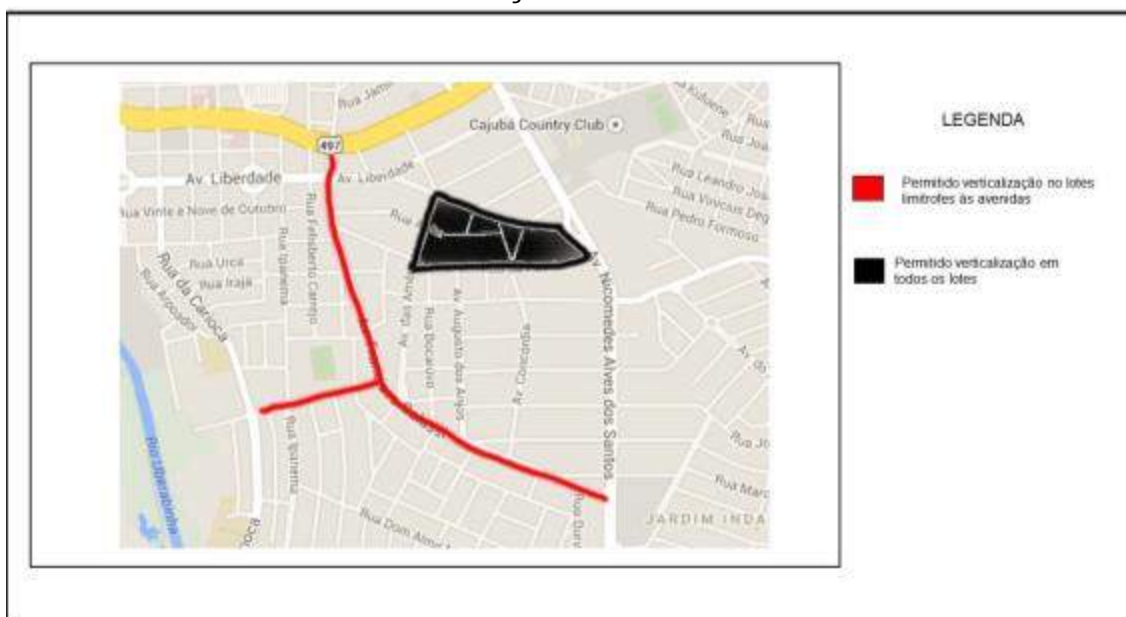
A segunda foi a aprovação do Projeto de Lei 042/2014, que retirou a restrição urbanística para a verticalização no outro lado da Avenida Francisco Galassi, bem como expandiu o trecho até a Avenida Oscarina Cunha Chaves, permitindo inclusive a verticalização nos dois lados desta avenida. Além disso, permitiu a construção de

edifícios em outra área do bairro, entre as Avenidas das Américas, Presidente Médici, Nicomedes Alves dos Santos e Rua da Paz, hoje o maior vazio urbano deste setor da Zona Sul da cidade. De acordo com o Secretário Municipal de Planejamento Urbano, essa proposta visa “reduzir vazios urbanos nesta parte da cidade, que tem sofrido valorização imobiliária crescente com o aumento no número de projetos habitacionais e comerciais aprovados pela Prefeitura” (CORREIO DE UBELÂNDIA, Uberlândia, 15 fev. 2014).

Por ser uma área ainda sem nenhuma edificação, e de grande dimensão, de propriedade de um ou poucos proprietários - não foi possível realizar o levantamento -, possibilita a construção de grandes condomínios verticais de alto padrão, com a oferta de uma série de amenidades típicas destes empreendimentos, ainda pouco usuais na cidade, tornando-se uma alternativa para construtoras e incorporadores numa das localizações mais nobres de Uberlândia.

Entretanto, à medida que os grandes vazios urbanos existentes na Zona Sul da cidade são ocupados, quer seja por condomínios horizontais fechados, verticais ou por loteamentos tradicionais - associados ao desenvolvimento imobiliário dos demais bairros da cidade - e conseqüentemente ao aumento do valor da terra de um modo geral em Uberlândia, verificamos um maior interesse por parte das construtoras e incorporadoras no desenvolvimento de condomínios verticais no Bairro Centro e na sua zona periférica.

Mapa 71 – Uberlândia (MG) - Localização das novas áreas passíveis de verticalização na Zona Sul – 2014



Fonte: JESUS, V.L.R., 2014.

Fator este que se explica principalmente por sua localização *prime* e em função da legislação de uso e ocupação do solo que permite os maiores coeficientes de aproveitamento construtivo e de taxas de ocupação da cidade, conforme apresentado anteriormente.

Desta forma vemos nos últimos anos um processo típico de grandes cidades - ainda pouco usual em Uberlândia, em pleno processo de transição, uma vez que até nos últimos 10 anos havia grande oferta de lotes vagos, que embora tenha se reduzido significativamente nos dias atuais, ainda é generosa - que é a aquisição de residências unifamiliares na área central para a construção de condomínios verticais.

Alguns exemplos desse processo foram apresentados nos Capítulos 3 e 4 do trabalho, e novos empreendimentos surgiram nos últimos dois anos, confirmando a tendência, em especial na borda do bairro, que concentra a maior parte das moradias unifamiliares da região, as quais ainda não foram convertidas para uso de comércio ou serviço.

O novo processo de verticalização que ocorre tanto no Bairro Centro como no Lídice, com predominância de plantas menores no primeiro e maiores no segundo, produz nova dinâmica no desenvolvimento urbano deste setor da cidade, trazendo tanto benefícios como novos desafios.

Entre os benefícios podemos citar o maior adensamento de uma região que já se encontra consolidada do ponto de vista da infraestrutura urbana, evitando novos investimentos volumosos por parte do Poder Público Municipal na construção de novos bairros, bem como maior proximidade com o sistema de transporte urbano público já existente, fator que, em teoria, aumentaria o uso desse sistema por parte dos novos moradores. A proximidade com o comércio e o setor de serviço já existentes também contribui para a redução dos deslocamentos, permitindo a valorização do comércio de vizinhança e o fortalecimento do comércio de rua de uma forma geral.

Todavia, os novos desafios gerados por conta deste segundo adensamento do Bairro Centro ocorrem justamente se não houver um planejamento adequado do Poder Público para acompanhar o desenvolvimento dos novos empreendimentos. Se por um lado encontramos infraestrutura pronta, a falta de sua manutenção e atualização pode gerar uma sobrecarga e atrapalhar tanto o surgimento de novos empreendimentos como dos já existentes.

Um segundo grande problema diz respeito à questão da mobilidade urbana, pois os lançamentos apostam numa grande oferta de vagas de estacionamento por apartamentos, inclusive em alguns casos oferecendo até duas vagas para plantas de apenas um quarto, conforme apresentado anteriormente.

A fim de que o processo de adensamento da região central possa trazer ganhos reais para o desenvolvimento urbano no Bairro Centro, acredita-se que seja

necessário adotar uma série de medidas que envolvam tanto o Poder Público Municipal, como os empresários e a comunidade em geral, as quais serão descritas a seguir.

6.2.1 Propostas para o melhor desenvolvimento do setor imobiliário residencial no Bairro Centro

Nas últimas décadas diversas cidades apostaram na melhoria e valorização de suas áreas centrais, conforme apontado no Capítulo 2 deste trabalho, por razões diversas, seja pelo valor patrimonial dessas regiões, em especial nas cidades da Europa, cujos núcleos centrais possuem séculos de história; pela infraestrutura já existente, principalmente nas grandes cidades, que são dotadas de um sistema de transporte cujo nodo principal está localizado nesta área; seja pelo valor simbólico que a mesma representa, em qualquer localização, uma vez que, habitualmente, o centro é a área fundacional da cidade ou o responsável pelo seu processo de urbanização.

Na maior parte desses projetos, o objetivo principal é o reforço do uso misto na região central, em especial com o aumento do uso residencial, já que normalmente o uso comercial é o predominante. Entretanto, para compreender a realidade de cada cidade, que é única daquele local, faz-se necessário aprofundar o conhecimento da situação de sua área central, o que foi feito no Capítulo 3 deste trabalho, mais especificamente em relação ao Bairro Centro de Uberlândia, cuja escolha se deu em função da divisão territorial da cidade, proposta pela Lei de Uso e Ocupação do Solo, que propõe para cada bairro um zoneamento específico que o diferencia, ou não, dos demais.

No caso de Uberlândia verificamos que o Bairro Centro possui um zoneamento único, o de Zona Central 1, que o distingue dos demais e o torna único deste ponto de vista. Este zoneamento permite o maior coeficiente de aproveitamento da cidade, com um índice de 4,5; uma taxa de ocupação do terreno de 60%, com a possibilidade de ocupar até 80% nos três primeiros pavimentos para uso de comércio, serviço ou área comum e afastamento mínimo facultativo desses três primeiros pavimentos, possibilitando assim o uso intenso dos pavimentos inferiores da edificação.

Entretanto, na prática, o que se verifica nos últimos lançamentos que utilizaram o novo zoneamento é a utilização desta premissa de ocupação de 80% do terreno nos três primeiros pavimentos apenas para construção de garagens e/ou áreas de uso comum, conforme pode ser visto na Foto 54, do Edifício Gran Plaza Residence, em fase final de construção.

Foto 54 – Uberlândia (MG) – Fachada do Edifício Gran Plaza Residence – 2014



Fonte: Jesus, V.L.R., 2014.

Portanto, acredita-se que a primeira medida a ser tomada, dependendo apenas de uma mudança na legislação vigente, seja a alteração desta norma, que permita apenas a utilização de 80% dos primeiros pavimentos para uso comum somente se o nível térreo for destinado ao uso do comércio ou serviço, ou adotar a obrigatoriedade do uso comercial do primeiro pavimento, independentemente do uso dos pisos superiores para área comum ou não. Podendo ser adotada a primeira opção por um prazo determinado e a segunda, após um período de adaptação.

A adoção dessa norma tem como premissa a necessidade de manter o uso misto da região, não permitindo que seja exclusivamente residencial, nem comercial. Esta medida já é adotada na maioria das áreas centrais das cidades europeias e americanas, bem como foi o modelo que vigorou na maior parte das cidades brasileiras até início dos anos 1980, inclusive sendo o padrão da primeira fase de verticalização de Uberlândia. Não é, portanto, uma grande inovação, apenas busca valorizar o uso misto do bairro, e há inclusive a possibilidade de ser adotado, em médio prazo, em outras regiões da cidade, tendo como objetivos estimular o comércio de vizinhança, desestimular o uso do transporte individual para situações cotidianas e, sobretudo, promover o convívio social entre os moradores.

Todavia, é importante observar que ao seguir esta medida é possível que num primeiro momento se iniba a construção de novos empreendimentos, uma vez a legislação atual permite ao construtor/incorporador aproveitar a utilização de sua área disponível, da forma que melhor lhe convém. Assim, a fim de que não se desestime o adensamento do Bairro Centro, por meio das novas restrições urbanísticas, é necessário que paralelamente haja outras medidas.

Uma delas é possibilitar um estímulo, por tempo determinado, ao empresariado, como por exemplo, a permissão de erguer um andar acima do

permitido para “compensar o uso comercial do térreo”, ou então utilizar-se de algum incentivo fiscal, como redução do Imposto Sobre Serviços – ISS ou Imposto sobre Propriedade Territorial Urbana - IPTU, ambos de caráter municipal, para o(s) primeiro(s) ano(s) de funcionamento da empresa que ali se instalar.

Outra atitude diz respeito ao limite do número de vagas de estacionamento, que a princípio podem ser restringidas em razão do número de quartos ou em função da área útil de cada unidade. Como, por exemplo, a restrição de uma vaga para apartamentos com até dois quartos ou 60 m², até duas para três ou quatro quartos e até 120 m², e até três para cinco ou mais quartos e apartamentos acima dessa metragem.

E para que este não seja outro fator desestimulador do processo de adensamento do Bairro Centro, é necessário que o Poder Público siga uma série de outras medidas legislativas e de cunho urbanístico, cujo custo de implantação, tanto político quanto social, exige grandes esforços. Uma delas seria a concretização de um sistema de transporte público mais eficiente, que levaria o potencial público residente no bairro, composto principalmente pelas classes média e média alta, a utilizar esse meio de transporte²⁶.

Outra medida diz respeito ao aumento do número de vagas para estacionamento no Bairro Centro, o qual, conforme apontado no levantamento realizado no Capítulo 3, já conta com número significativo de estacionamentos privados, porém o estímulo à construção tanto de estacionamentos subterrâneos como de edifícios-garagens, poderia compensar a redução do número de vagas por apartamento na região.

²⁶ Atualmente encontra-se em desenvolvimento um estudo para verificar a viabilidade de adotar um sistema de Veículo Leve Sobre Trilhos – VLT, transpondo a área central da cidade, que poderia ser uma medida que estimulasse este público ao maior uso do sistema de transporte público.

Além disso, a real instituição do sistema de Zona Azul Eletrônico, cuja proposta já se encontra em andamento, possibilitaria o uso mais racional das vagas disponíveis para estacionamento público no setor. Também se faz necessária a reordenação geral do sistema viário local, de forma a reduzir inicialmente tanto o volume de tráfego de passagem da área central, como revisar alguns fluxos de determinadas vias que, devido à sua característica atual e ao grande fluxo de veículos, impossibilitam a utilização como faixas de mão dupla e a permissão para estacionamento em parte ou no total da via.

Além desses direcionamentos seriam necessários outros, relacionados à mobilidade urbana no Bairro Centro, que serão retomados no tópico seguinte deste trabalho.

Item bastante pertinente à questão do desenvolvimento do setor imobiliário residencial do bairro diz respeito à diversidade social dos moradores. A adoção de medidas que estimulem apenas o maior desenvolvimento imobiliário desta região, sem levar em conta os agentes sociais que a utilizam, nem tampouco as distintas necessidades de moradia da população em geral da cidade, podem gerar, como em diversos exemplos mundiais, um processo de gentrificação da área, elitizando-a ponto de expulsar os atuais moradores que possuem rendas mais baixas, e atrair apenas a camada da população de renda mais alta, fazendo com que o valor da terra aumente cada vez mais, a ponto de tornar-se um local restrito àqueles que possuem as condições de socioeconômicas de habitá-lo.

Para evitar que isso ocorra, é necessário que o Poder Público interfira de forma direta e indireta no processo de ocupação desse espaço. Embora seja algo muito pouco usual no Brasil, globalmente existe uma série de ações adotadas para minimizar o processo de gentrificação, tanto de áreas centrais como de outras

regiões da cidade. Uma delas é a aquisição de áreas ou de edificações para a construção ou a adequação para residências de interesse social, que podem ser tanto revendidas à população de menor poder aquisitivo, quanto disponibilizadas por um período determinado a grupos sociais mais vulneráveis.

Uma segunda alternativa, utilizada também em diversas cidades pelo mundo, é a obrigatoriedade de construtoras/incorporadoras destinarem um número mínimo de unidades habitacionais a uma política pública de subsídios à moradia, podendo ser desde unidades habitacionais que se encontrem à venda para determinados grupos que preencham certos critérios socioeconômicos predefinidos, não necessariamente apenas de ordem econômica; como ocorre, por exemplo, na cidade de Paris ou Nova Iorque, onde existem subsídios públicos para que pessoas de classe média ou média-baixa, como professores ou enfermeiros, possam morar perto de seu local de trabalho, sem comprometer sua renda, ou mesmo destinar tais unidades habitacionais para locação para esses grupos sociais; ou qualquer outra determinação elaborada em legislação própria.

6.3 A ESTRUTURA DO COMÉRCIO DE RUA E A EVOLUÇÃO DO SETOR DE SERVIÇOS

Após o levantamento realizado nos capítulos iniciais deste trabalho, podemos afirmar que o comércio de rua ainda é bastante presente tanto no Bairro Centro como nas demais regiões analisadas, bem como o setor de serviços, que a cada ano ocupa posição de maior destaque, típica de uma economia cada vez mais baseada neste setor da economia - embora cada bairro exiba algumas características particulares, que o diferenciam dos demais.

No que se refere ao setor da Zona Sul analisado neste trabalho, verificamos que embora o comércio de rua tenha se incrementado significativamente nos últimos anos, em especial no período compreendido entre 2010 e 2014, intervalo durante o qual o presente trabalho foi realizado, ainda se encontra em fase de maturação, não sendo possível afirmar que se trata de um novo eixo comercial de grande área de influência, estando mais restrito ao comércio de vizinhança, a não ser o caso do Uberlândia Shopping, cujo modelo de negócio é o de centro comercial, com características próprias.

Situação similar pode ser verificada no segmento de serviços, com o surgimento de alguns novos estabelecimentos individuais e a inauguração de três novos centros empresariais: o World Business Center e o Gávea Business, ambos na Avenida Nicomedes Alves dos Santos; e o Gávea Office, na Avenida dos Vinhedos.

Uma das principais características levantadas no Capítulo 5, referente à atividade comercial nesta região, foi o crescimento do número de estabelecimentos tipo *street malls*, tanto aqueles de tamanho reduzido, com até quatro lojas, como é o caso do Village Mall, um dos pioneiros; como aqueles de tamanho médio, inclusive com boa oferta de vagas de estacionamento, como o Village Altamira, que conta com 16 lojas.

Dentre aqueles que já se encontravam em funcionamento em outubro de 2013, período do último levantamento realizado no setor, verificamos que os localizados mais próximos à área central e, conseqüentemente, mais afastados do Uberlândia Shopping, possuem uma taxa de ocupação maior, embora ainda sofram como a alta rotatividade das lojas lá estabelecidas. Enquanto os que estavam em fase final de construção na época do levantamento, localizados mais próximos ao

setor de condomínios e do *shopping*, ainda se encontram com baixa taxa de ocupação e alguns já iniciaram um rodízio de lojistas.

Observando este padrão do desenvolvimento comercial da região, acredito que haverá ainda um período de estagnação no surgimento de novos empreendimentos, à espera da maturação dos *street malls* já existentes. Esse modelo - em especial aqueles de médio porte com oferta de áreas de estacionamento, caso os existentes se consolidem - pode se tornar o exemplo de comércio da área, uma vez que os investimentos para abertura de negócios nessas vias são cada vez mais altos.

Embora algumas empresas tenham apostado neste setor da cidade como local ideal para instalar seus empreendimentos, com foco principalmente num comércio mais sofisticado, em especial em função do alto poder aquisitivo da população que ali reside, ainda encontramos uma série de entraves para o maior desenvolvimento do comércio de rua na região.

Tais dificuldades ocorrem em função de algumas particularidades do setor, já apontadas no Capítulo 5 deste trabalho. A primeira é que se trata de uma região cujo processo de especulação imobiliária e a própria característica do loteamento no entorno dos principais eixos viários destinados à implementação deste tipo de atividade dificultam bastante a instalação de novos empreendimentos, principalmente em função do alto valor dos lotes disponíveis, seja para venda ou locação, cujas áreas possuem dimensões mínimas de 1.000m², fator que aumenta ainda mais o valor inicial do investimento requerido para começar algo - fora os gastos demandados pela construção do imóvel em si, uma vez que a maior parte da oferta são lotes vazios.

Outro fator importante é a limitação do número de vagas para estacionamento, a quase inexistência de estacionamentos privados e a dificuldade de se construir um comércio de vizinhança focado nos moradores do entorno, uma vez que a densidade ocupacional destes bairros é baixa, além de a avenida principal funcionar como uma barreira física entre os dois lados do bairro, pois é via de passagem de alta velocidade e não possui zonas de travessias para pedestres. Desta forma, é um local mais apropriado para um tipo de comércio que não dependa de fluxo grande de clientes, uma vez que a maioria deles utilizará algum meio de transporte para chegar até ali - o que exigiria oferta maior de vagas de estacionamento, as quais poderiam ser disponibilizadas apenas com a construção de um estacionamento subterrâneo ou a aquisição de outro lote para que se fizesse um estacionamento horizontal, fator que encarece ainda mais a instalação de um novo empreendimento.

Para além destas questões, verifica-se que os principais eixos de desenvolvimento comercial da região, tanto ambas as avenidas estudadas neste trabalho, como as outras duas onde começam a se desenvolver outros empreendimentos, a Avenida dos Vinhedos e a Rua Rafael Marino Neto, já principiam a apresentar saturação na sua capacidade de fluidez. Atualmente o cruzamento das Avenidas Rondon Pacheco e Nicomedes Alves dos Santos possui um fluxo nos horários de pico na ordem de 35.000 veículos, sendo um dos quatro cruzamentos mais movimentados da cidade (PMU/SETTRAN, 2013, p.174). Além desse volume, há uma série de restrições para comportar um fluxo ainda maior, que ocorrerá tanto pelo aumento do número de moradias em toda a região, como pela taxa de crescimento do número de veículos na cidade, que é bem maior que sua taxa de crescimento populacional.

Dados da Settran (2013, p.24) mostram que a taxa de ocupação da frota veicular do município de Uberlândia (número de veículos por habitantes) era de 3,15 no ano de 2001, passando para 1,68 no ano de 2012, indicando que num curto espaço temporal a cidade atingirá a taxa de 1 ou até menos veículo por habitante.

O desenho atual do traçado dessas vias, que possuem poucos semáforos em sua extensão e utilizam-se de áreas de retorno nos canteiros centrais, tende a torná-las avenidas com altos índices de congestionamento, que já ocorre em determinados períodos do dia e no caso de algum tipo de interrupção do trânsito (acidente, obras, manutenção etc.). Ainda é preciso levar conta que na Avenida Nicomedes Alves dos Santos será instalado um corredor exclusivo de ônibus, que faz parte da nova expansão do SIT de Uberlândia - medida esta que, por um lado, melhorará bastante a qualidade do transporte público na região, mas reduzirá o espaço para o transporte privado e causará enormes transtornos no processo de implantação.

É interessante também verificar que os fatores que inibem o crescimento do comércio de rua tradicional neste setor, já expostos acima, são os mesmos que podem impulsionar a consolidação e o surgimento de novos *street malls*, uma vez que as dificuldades de mobilidade na região podem levar à maior procura por um comércio de vizinhança mais pujante, evitando-se assim deslocamentos maiores pela cidade.

Porém, para que isso ocorra, é preciso que aconteça uma mudança radical no comportamento do consumidor e principalmente de hábitos que estão muito arraigados no nosso modo de vida atual, em que o carro, mesmo nos deslocamentos curtos, exerce papel fundamental - embora alternativas envolvendo novos modelos de negócios baseados tanto na compra a distância (telefone,

internet, *mobile*) como nos métodos de *delivery* tenham se aperfeiçoado bastante nos últimos anos e, pelo menos num primeiro momento, parecem ser uma alternativa a ser adotada antes de se pensar em abandonar o veículo particular.

Por outro lado a consolidação do Uberlândia Shopping, inclusive com o planejamento de futuras expansões; e o surgimento de novos condomínios horizontais, localizados na porção sul do setor, alguns inclusive com parte de seus lotes destinados ao uso comercial, podem ser alguns fatores desestimuladores desse tipo de empreendimento naquela parte das avenidas que estão localizadas mais próximas ao Bairro Centro.

Assim como na Zona Sul, a estrutura comercial da zona periférica do centro estudada no presente trabalho possui algumas características que a distinguem das demais. A do Bairro Lídice de certa forma se assemelha à do Bairro Centro, situada principalmente na divisa com ele e nas vias que fazem a ligação entre a Zona Sul e a Zona Central.

O que o diferencia, primeiro em relação ao comércio de rua, é que apresenta um *mix* de lojas bem menos variado, baseado principalmente nos segmentos de vestuário e acessórios, e possui algumas lojas com característica predominante de comércio de vizinhança, em especial no segmento de varejo de produtos alimentícios, como açougues, sacolões e padarias. Quanto aos serviços, há uma segmentação maior e ocupam áreas de antigas residências, com destaque para os escritórios de engenharia, arquitetura, construtoras, consultoria e de clínicas e consultórios médicos e odontológicos.

Embora ainda seja um bairro predominantemente residencial, à medida que a população que nele reside – sendo parte considerável de moradores mais idosos - opta por colocar sua moradia no mercado imobiliário, esta passa a ter melhor

avaliação por seu valor comercial do que residencial, possibilitando a expansão da atividade comercial na região.

Entretanto, conforme apresentado no Capítulo 4 do trabalho, a alteração do índice de coeficiente de aproveitamento dos terrenos tornou o bairro mais atrativo para a verticalização, uma vez que permite a construção de edifícios de maior porte em áreas de dimensões menores, sendo que o ganho ainda não foi incorporado para o valor de venda do imóvel. Mudança esta que já vem ocorrendo de forma moderada nos últimos anos, com foco principalmente em apartamentos de melhor padrão construtivo e em plantas de três a quatro dormitórios, com áreas úteis de maior dimensão, aproveitando-se da imagem que o bairro ainda mantém, de local de moradia de alto padrão na cidade.

Desta forma, acredita-se que haverá a médio e longo prazos uma mudança do uso e ocupação do solo nessa área, com a substituição das residências unifamiliares por atividades comerciais e moradias multifamiliares, que podem inclusive servir como um acelerador do processo anterior, em especial do comércio de vizinhança de alto padrão.

Outra particularidade é a atividade comercial que se desenvolve junto aos terrenos localizados na Avenida Rondon Pacheco, com influência inclusive nas quadras contíguas, em função de uma dinâmica própria pela qual esta avenida passou nos últimos anos e que a tornou o principal eixo viário da cidade. Após um processo de renovação e alteração de sua estrutura viária e urbana, atualmente é uma das regiões cujos pontos comerciais e lotes disponíveis estão entre os mais valorizados de Uberlândia, atraindo tanto o comércio de rua como o setor de serviços, com características próprias.

O segundo bairro analisado, que faz parte da zona periférica do centro, é o Fundinho, que, ao contrário do anterior, possui mais diferenças do que semelhanças com o Bairro Centro, sendo delimitado por dois setores distintos, um caracterizado pelo uso comercial intenso e maior grau de verticalização e outro, composto principalmente por residências unifamiliares.

A grande diferença de seu comércio de rua para o do centro é um *mix* menor de especialização dos empreendimentos, com destaque para os segmentos de vestuário e acessórios e das lojas de alimentação e o público-alvo que se pretende atingir, o consumidor de maior poder aquisitivo. Para tanto, parte das lojas tem se diferenciando não apenas por vender produtos de melhor qualidade a preços mais elevados, mas por oferecer alguns serviços personalizados e uma qualidade estética em seu *design*, no interior e nas fachadas, semelhantes às aquelas encontradas em lojas localizadas nos grandes centros comerciais.

O setor de serviços também ganha importância no bairro, com ênfase para os segmentos de arquitetura, estética e clínicas médicas e odontológicas. Nos últimos anos verificou-se inclusive o surgimento de empreendimentos imobiliários comerciais, com salas para aluguel exclusivamente para os serviços.

O núcleo central deste setor mais desenvolvido comercialmente já se encontra em estágio mais maturado, sendo possível ver quadras inteiras destinadas ao comércio de rua/serviços. Por se tratar da região fundacional da cidade, possui ainda algumas edificações de maior valor histórico-cultural, das quais muitas têm sido preservadas, pelo menos suas fachadas, pelo empresariado local, o que valoriza ainda mais este polo da cidade, que também se evidencia pela existência de importantes equipamentos culturais municipais, bem como do maior número de praças públicas da área central.

Entretanto, o desenvolvimento do Fundinho está condicionado a um zoneamento específico que, conforme foi apontado no Capítulo 4, transformou-o numa Zona de Proteção Cultural, devido à sua importância histórico-cultural para a cidade, restringindo as possibilidades de uso e ocupação do solo - em especial na continuação do processo de verticalização, que nos anos 1990 ocorria de forma intensa – por meio da restrição de altura, a no máximo 10 metros, na construção de novas edificações, desestimulando as empresas do setor de construção e incorporação a atuarem no bairro.

Uma combinação de fatores, tais como a proximidade com o Bairro Centro, o alto padrão dos condomínios verticais e a existência tanto de um comércio de rua, como de um segmento de serviços de alto padrão já consolidado, indicam que a tendência, à medida que os antigos moradores decidem colocar seus imóveis no mercado imobiliário, é que o uso comercial do bairro se intensifique cada vez mais.

Entretanto existem algumas condicionantes negativas que podem atrapalhar esse desenvolvimento, sendo as principais relacionadas à questão da mobilidade no bairro, pois seu traçado viário segue os padrões adotados no início do século passado e é pouco adequado ao grande fluxo de veículos que ocorre diariamente no bairro. Além disso, diferentemente do Bairro Centro, os estacionamentos privados existentes são escassos e o tamanho das calçadas não suporta fluxo maior de pessoas. Para agravar ainda mais a situação, existem três ruas do bairro que funcionam como eixo de ligação do setor central com a Zona Sul e a Zona Oeste da cidade, inclusive como corredores de ônibus do SIT.

Podemos citar também os conflitos existentes em relação à preservação do patrimônio histórico edificável. Embora seja a região da cidade com o maior número de casarios de valor histórico-cultural existente, bem como de bens tombados pelo

órgão responsável em nível municipal, apenas um imóvel privado foi tombado. Nos últimos anos tampouco se verificou esforço tanto para aumentar o número de bens tombados, como para a criação de uma política que flexibilize o processo, o que poderia ser feito por meio do tombamento parcial dos bens, obrigando os proprietários a preservar apenas a fachada.

Ainda que muitos dos empreendedores que ocuparam os imóveis de grande valor arquitetônico tenham optado por preservar suas principais características arquitetônicas (as fachadas), por outro lado, nos últimos anos alguns imóveis foram demolidos, seja pelos antigos proprietários ou mesmo por aqueles que os recém-adquiriram, buscando escapar de qualquer possibilidade de tombamento da edificação e aproveitar apenas o valor do terreno para ofertá-lo no mercado imobiliário.

Em relação ao setor comercial do trecho do Bairro Tabajaras analisado neste trabalho, observamos que possui características similares às daquelas do seu entorno, nos Bairros Fundinho e Lídice, inclusive com semelhança no desenvolvimento do trecho da Avenida Rondon Pacheco. A única diferença é que se trata da área em toda a zona central com residências unifamiliares de mais alto padrão, sendo pouco provável a substituição destas, pelo menos em médio prazo, pelo uso comercial, uma vez que exigiriam investimento muito alto e de risco para a conversão das propriedades em uso comercial.

Quanto à estrutura comercial do Bairro Centro, que é o foco principal deste trabalho, o amplo e extensivo levantamento realizado no Capítulo 3 nos permitiu compreender em detalhes como se encontra a dinâmica dessa parte da cidade em transição; embora, em momentos distintos, tenha passado pelos diversos processos espaciais descritos por Corrêa (1997, p. 122), tais como: centralização,

descentralização, coesão, segregação, invasão-sucessão e inércia. Atualmente não é possível afirmar que o Bairro Centro, que é o CDB de Uberlândia, tenha perdido seu poder de atração e diversidade funcional, nem se verifica o deslocamento de suas funções para outro eixo da cidade, conforme aponta Villaça (1998) no caso das grandes cidades brasileiras.

Neste sentido, ainda observamos que o centro mantém as características de centralidade que lhe são inerentes, embora o surgimento tanto dos novos subcentros em cada uma das demais zonas da cidade (Leste, Oeste, Norte e Sul), bem como das grandes superfícies comerciais, ganhou destaque nos últimos anos.

Um dos principais fatores que levam à manutenção dessa centralidade é a sua própria localização espacial, local de passagem quase obrigatória para aqueles que desejam ou necessitam deslocar-se de uma zona a outra da cidade; e o desenho do Sistema de Transporte Público, o SIT, adotado no ano de 1997, cujo Terminal Central é nó principal do sistema de circulação da cidade.

Uma das principais características desse espaço é justamente a diversidade dos usos e a especificidade encontrada em cada setor que o compõe. Embora não seja possível determinar precisamente limites para cada um, a divisão adotada neste trabalho, em seis áreas, permite determinar tanto tipologias comerciais predominantes, como paisagens urbanas distintas, que se diferenciam seja em função do perfil demográfico e de renda daqueles que o frequentam ou dos agentes detentores do capital e do valor da terra de cada um dos setores.

Para melhor compreensão desse processo é essencial entender de que forma o consumo, tanto dos bens materiais como do próprio espaço urbano, ocorre nessa região da cidade. Conforme apontado no Capítulo 1, a forma como consumimos passou por uma série de mudança nos últimos séculos. Se antes da Revolução

Industrial o consumo ocorria basicamente em função da subsistência para grande parte da população, à exceção daquele realizado pela aristocracia, a partir da consolidação do período industrial, ainda no início do século XX, e da entrada de uma parte significativa da população no mercado de trabalho, o consumo passa a ser o grande motor da economia mundial.

Desta forma, é necessário que vejamos o centro como um espaço privilegiado do ponto de vista comercial, favorecendo o consumo, onde tanto o comércio de rua como o setor de serviços prospera desde o seu surgimento. Porém é preciso entender que, assim como a cidade, ele é um território que se encontra em constante transformação, adequando-se tanto às necessidades e desejos de seu público-alvo, como às mudanças de hábitos e das formas de se consumir.

Do ponto de vista do comércio de rua, verificamos a predominância absoluta de lojas como unidade básica, além de algumas galerias, lojas de departamento e inclusive dois centros comerciais de menor dimensão. Essa distribuição se dá em função de fatores diversos, mas possui relação direta o valor da terra e com os agentes detentores do capital imobiliário que controlam o espaço.

Quanto aos serviços, crescem a cada ano em importância. Se num passado não muito distante predominava o segmento bancário, hoje encontramos grande diversidade, com destaque para o setor de saúde, que forma um verdadeiro *cluster* em um determinado setor do bairro. Todavia, conforme apontado no Capítulo 3, é possível identificar diversas outras concentrações de alguns segmentos, como o de turismo, por exemplo, mostrando o potencial do bairro para o desenvolvimento de certas atividades econômicas.

As demais tipologias, ainda que em menor número, diferenciam a estrutura comercial do bairro daquelas encontradas nos demais subcentros que nascem de

forma espontânea nas outras zonas da cidade. As galerias comerciais, que surgiram no primeiro processo de verticalização do bairro, ainda nas décadas de 1950 e 1960, e voltaram nas décadas de 1980 e 1990, atualmente têm menor valor comercial, e seus espaços, quando ocupados, são destinados tanto ao comércio quanto ao serviço.

Por outro lado, as lojas de departamentos ainda têm presença importante no bairro, em especial nos dois principais eixos comerciais, as Avenidas Floriano Peixoto e Afonso Pena, onde encontramos tanto lojas de departamentos especializadas, como Magazine Luiza e Riachuelo, como outras que oferecem maior gama de produtos, como as Lojas Americanas. É importante destacar que após o levantamento realizado, mais duas empresas abriram novas filiais no bairro, mostrando o potencial para empreendimentos desse modelo - tendência que ocorre em diversas cidades no mundo, em especial na Europa, onde grandes lojas de departamentos, como H&M, C&A e Zara possuem filiais nas áreas centrais.

A diversidade comercial do bairro se complementa pela presença de centros comerciais de pequeno e médio porte: um localizado junto ao Terminal Central de Ônibus e o segundo, recém-inaugurado, a poucos metros deste local, mostrando que também há espaço para esse tipo de empreendimento, voltado principalmente para o público que já frequenta o bairro diariamente.

Também encontramos alguns edifícios, de pequeno a grande porte, voltados exclusivamente para a locação de salas comerciais para o setor de serviços, todos apontados no levantamento realizado, porém construídos em sua maioria entre as décadas de 1960 e 1990. E com o aumento da oferta em outros bairros, não parece ser uma tendência o lançamento de novos empreendimentos, pelo menos a curto e médio prazos.

Para além dessas tipologias tradicionais, é importante destacar a existência do comércio informal no bairro. Na década de 1990 ocupava o espaço público de forma intensa, em especial as praças e calçadas das principais ruas do Centro, conforme identificado no trabalho de Ferreira (2002), e atualmente se encontra localizado em áreas conhecidas como “camelódromos”, locais de propriedade pública ou privada onde encontramos “boxes” ou “bancas” que abrigam o comércio informal - ainda que, por si só, seja uma contradição, uma vez que, se o espaço disponibilizado é de conhecimento do Poder Público, deveria obter os mesmos direitos e obrigações, em especial tributária, de qualquer outro modelo de negócio, caso contrário trata-se de uma concorrência desleal ao “comércio legalizado” do entorno.

Todavia, a modalidade de comércio possui características próprias: antes era utilizada apenas pelas camadas de poder aquisitivo mais baixo; hoje, a maior parte dos produtos vendidos é composta por réplicas de produtos originais ou de produtos eletrônicos importados sem a devida tributação, sendo comercializada para um público mais eclético, inclusive pessoas de maior poder aquisitivo.

Verificamos também que este modelo de negócio também sofre a concorrência direta do comércio eletrônico, o qual, por meio de sítios eletrônicos como o *Mercado Livre* e mais recentemente o *Alibaba*, maior empresa do segmento no mundo, de origem chinesa, disponibilizam os mesmos produtos muitas vezes com preços mais competitivos que os oferecidos pelo mercado informal, com entrega diretamente na residência do comprador.

Em relação aos segmentos comerciais presentes no bairro, vemos também uma grande diversidade, característica das áreas centrais; entretanto, assim como nas grandes superfícies comerciais, os *shopping centers*, há predominância do

segmento de vestuário, calçados e acessórios. O que os diferencia desses empreendimentos, para além de um comércio mais popular, é justamente a existência de alguns segmentos específicos, em geral com um caráter de comércio tradicional, tais como papelarias, livrarias, lojas de tecidos, lojas de aviamento, entre outros.

Porém, alguns fatores têm desestimulado um maior crescimento da atividade comercial no bairro. Apesar de não ter sido realizado um levantamento específico para determinar a propriedade de cada edificação, sabe-se que muitas delas são de propriedade de terceiros que alugam para aqueles interessados em desenvolver seus empreendimentos. Esta particularidade faz com que muitas das edificações locais se encontrem em mau estado de conservação, em especial naqueles empreendimentos localizados nas proximidades do Terminal Central, pois há uma demanda maior que a oferta, e mesmo com certo rodízio de lojas, não há preocupação por parte do proprietário em produzir benfeitorias (Foto 55).

Outro fator agravante, que piora ainda mais a imagem que moradores possuem do bairro, é o nível atual de poluição visual, sendo bastante comum a utilização de grande parte, ou até mesmo da área total, da fachada superior para divulgação do nome da loja; a utilização de áreas localizadas nas vitrines, fachadas inferiores e até na calçada para informar tanto promoções temporárias como divulgar algum novo produto ou campanha publicitária.

Foto 55 – Uberlândia (MG) – Lojas localizadas no Juca Ribeiro – 2014



Fonte: Jesus, V.L.R, 2014.

Entretanto, à medida que nos afastando do Terminal Central, verificamos uma maior preocupação com a estética das lojas, embora a questão da poluição visual continue presente. Neste setor vemos uma semelhança maior no *layout* das lojas, em especial aquelas do setor de vestuário e acessórios, que são a categoria em maior número, com aqueles que encontramos nas grandes superfícies comerciais.

Embora o comércio deste bairro se beneficie de uma localização privilegiada em relação à cidade como um todo, em especial no que se refere ao transporte público, por outro o Centro sofre com uma série de restrições no que diz respeito à mobilidade no seu interior, quer seja de veículos ou de pedestres. Em relação aos primeiros, verificamos anualmente um estrangulamento cada vez maior da capacidade do sistema viário local, que além de suportar o fluxo diário de viagens bairro-centro, serve como local de passagem para aqueles que desejam transitar entre as diversas zonas da cidade.

Foto 56 – Uberlândia (MG) – Poluição visual na Avenida Floriano Peixoto – 2014.



Fonte: Jesus, V.L.R, 2014.

Outros problemas encontrados estão relacionados: à dimensão das faixas de rolamento das vias transversais às avenidas principais; à falta de um sistema apropriado de estacionamento público; à inexistência de um sistema de semaforização adequado que contemple tanto as necessidades do pedestre como dos veículos; e à reduzida dimensão das calçadas, que dificulta a circulação dos pedestres pelo bairro. Também verificamos uma grande dificuldade de gestão do fluxo de veículos de serviços no interior do bairro, onde aqueles de pequeno, médio e até grande porte realizam carga/descarga de materiais para abastecer o comércio local em horários totalmente inapropriados, causando prejuízos ainda maiores à fluidez tanto de veículos como de pedestres.

Por fim, poderíamos apontar problemas com a limpeza urbana em geral; a má qualidade da iluminação pública e da sinalização estatigráfica; o péssimo estado de conservação, ou mesmo a falta, de mobiliário urbano adequado; e a falta de fiscalização efetiva em todos os aspectos, tanto dos agentes de trânsito, como das

diversas secretarias do Poder Público Municipal, encarregadas de zelar por diversos aspectos relativos ao correto ordenamento e postura tanto de empresários como pessoas físicas que se utilizam do centro, todos determinados por meio de legislações específicas.

6.3.1 Propostas para a melhoria da estrutura do comércio de rua e serviços do Bairro Centro

Conforme apontado anteriormente, não é possível afirmar que atualmente o Bairro Centro se encontre num processo de decadência comercial; ao contrário, encontra-se bastante ativo. As alterações ocorridas nos últimos anos são consequência tanto do crescimento vertiginoso de Uberlândia como de um período de adaptação aos novos formatos comerciais consolidados na cidade a partir da década de 1990, com destaque especial para o Center Shopping; ao impacto das mudanças do sistema de transporte público, principalmente com a instalação do Terminal Central do SIT, que direcionou para o setor um grande fluxo de pessoas, as quais até então não frequentavam o Bairro Centro diariamente; e à própria expansão da cidade, impulsionando o surgimento de alguns subcentros que, em parte, supriram as necessidades dos moradores do entorno em relação a uma série de bens e serviços, em especial aqueles de uso diário.

Porém, não é possível afirmar que o bairro não possa, a curto ou médio prazo, passar por um processo de decadência comercial. Se no início dos anos 1950 era o espaço preponderante da atividade comercial na cidade, até o ano de 2015 haverá uma concorrência de três centros comerciais de grande porte, para além dos empreendimentos tipo *street mall*, supermercados e lojas de departamentos que se

proliferam em todas as regiões da cidade, e do fortalecimento de um comércio de vizinhança, decorrente da consolidação dos subcentros.

Além da expansão da atividade comercial, se antes o acesso físico ao bairro se dava em questão de minutos, em função de sua localização privilegiada, hoje, com o surgimento de novos bairros cada vez mais afastados deste setor e um aumento significativo da frota de veículos, a sua localização deixa de ser necessariamente um fator diferencial e passa a ser levada em conta no comportamento de compra do consumidor.

Associadas a essas características endógenas ao bairro, encontramos em seu interior uma série de debilidades, apontadas anteriormente, que podem causar a redução do número de consumidores potenciais, em especial aqueles mais jovens, que ainda se encontram em formação, e demonstram maior tendência para ir em direção aos novos eixos de consumo.

Por entender que a vitalidade comercial é uma das principais características da dinâmica de qualquer bairro central, a seguir apresentaremos algumas propostas, a maioria já utilizada em áreas similares de diversas cidades em nível mundial, com resultados positivos, que podem ser aplicadas ao caso de Uberlândia, de forma a modificar o espaço urbano do bairro, tornando-o mais humanizado e adequando-o às necessidades atuais de uma cidade em constante transformação, com mais de 600 mil habitantes.

Neste sentido, é importante destacar que as mudanças necessárias para a real transformação tanto da área de estudo em questão, como de qualquer outra cidade, não são apenas de ordem urbanística, nem só de responsabilidade do Poder Público. É preciso que a sociedade civil como um todo participe e seja ela mesma

um sujeito ativo deste processo; caso contrário, as chances de fracasso, por maior que sejam o esforço e os investimentos do Poder Público, são quase certas.

Desta forma, neste trabalho não se pretende apontar apenas as deficiências em infraestrutura ou a falta de investimentos do setor público como a razão principal para a não criação de uma área central adequada à sua população. Acreditamos que este seja um caminho fácil de trilhar, bastante utilizado nos planos e projetos comumente adotados em diversos setores da vida urbana, em especial no Brasil. Entendemos ainda que só é possível propor intervenções que estejam baseadas no conhecimento profundo da realidade e das especificidades deste setor, pois simplesmente trazer ideias aplicadas com sucesso em outras cidades não é garantia de sucesso.

O primeiro grupo de propostas apresentadas é aquele que pode ser adotado de forma mais rápida e que exige menor gasto por parte do Poder Público. Diz respeito ao conceito que o bairro possui no imaginário das pessoas. Embora nenhuma pesquisa tenha sido realizada sobre o tema, de forma geral o que percebemos em estudos realizados em outras cidades de características similares é que a área possui duas imagens bem distintas. De um lado, um alto valor afetivo e simbólico, sendo lembrada principalmente pelo seu patrimônio histórico, predominantemente por aquela parte da população acima de determinada faixa etária, pelas referências comerciais existentes no local numa época passada. Por outro lado, é lembrada por ser uma área bastante poluída (em todos os sentidos), suja, desorganizada e de difícil acesso.

Para minimizar essas características negativas e potencializar seu valor simbólico, algumas ações podem ser realizadas para a melhoria da imagem do bairro como um todo. Uma das principais medidas a serem tomadas neste sentido é

de ordem legislativa, impondo nova normatização e regulamentação na gestão dos espaços destinados à publicidade, tanto em imóveis privados como no próprio espaço público. Isso tem por objetivo principal colocar o bem comum acima do interesse corporativo e reduzir drasticamente a poluição visual nas ruas da cidade. Embora seja uma medida já adotada em diversas cidades, ficou bastante conhecida como “Lei Cidade Limpa”, após ter sido adotada no município de São Paulo com bastante sucesso.

Foto 57 – Exemplo de readequação de fachada em edificação localizada na cidade de São Paulo



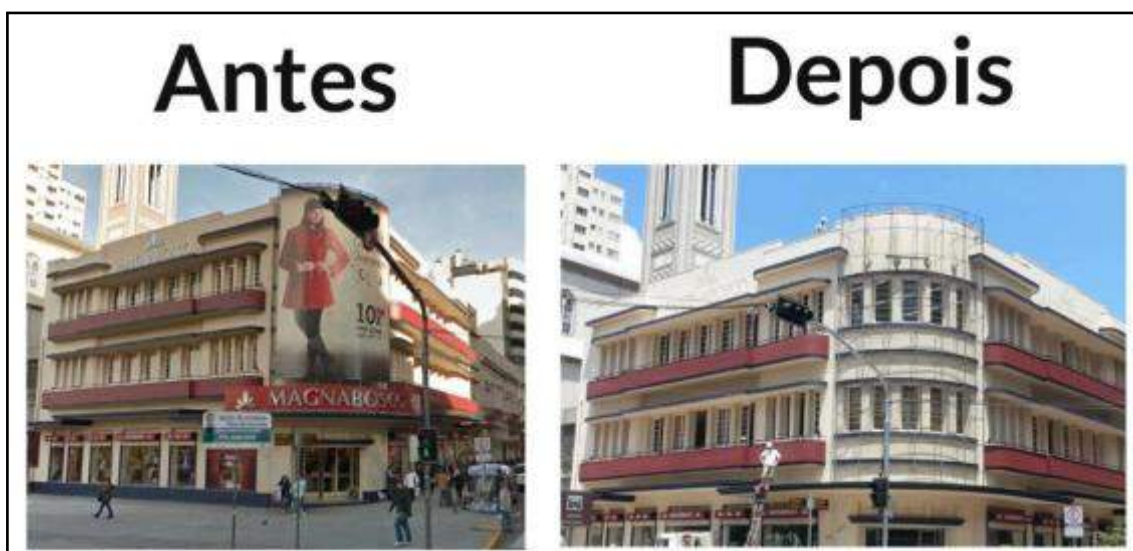
Fonte: Magel Studio. Disponível em <<http://magelstudio.com.br/wp-content/uploads/2009/09/antes-depois-lei-cidade-limpa1.jpg>>. Acesso em 12 mai. 2014.

Não se propõe aqui que simplesmente se apliquem os mesmos princípios da lei adotada em São Paulo, mas que seja feita a adequação às necessidades e particularidades de Uberlândia, levando em conta sempre seus princípios básicos: o respeito ao espaço urbano, ao patrimônio histórico e à integridade da arquitetura das edificações. Para tanto, a medida mais importante da lei é a restrição em relação à

quantidade e ao tamanho da publicidade nos estabelecimentos, que deve ser proporcional ao tamanho total de sua fachada.

Entretanto, para que essa lei tenha o efeito desejado, é necessário que se adotem outras medidas, paralelamente. A primeira é de proporcionar as condições adequadas para que, após a retirada das grandes estruturas publicitárias que atualmente ocupam, em muitos casos, a totalidade da fachada, e em alguns, como apresentado na Foto 57, uma área até superior à mesma, seja reconstruída de forma adequada aquela fachada que se encontra “escondida” atrás dos painéis e letreiros.

Foto 58 – Exemplo de readequação de fachada em edificação localizada na cidade de Caxias do Sul



Fonte: Fespit - UCS. Disponível em <<http://www.frispit.com.br/site/wp-content/uploads/2013/03/antes-e-depois-magnabosco.jpg>>. Acesso em 12 mai. 2014.

Embora esta possa ser uma própria condicionante da lei, é necessário observar alguns casos específicos nos quais exista alguma dificuldade por parte do proprietário em restaurar adequadamente a fachada, podendo-se utilizar para este fim tanto incentivos fiscais, como a criação de um gabinete/comitê com condições de gerir todo o processo, oferecendo principalmente suporte técnico, no caso de arquitetos e engenheiros, que possam trabalhar em conjunto com os proprietários

dos imóveis (lembrando que muitas daquelas edificações localizadas no bairro são locadas, e tanto os custos como a execução podem ser de responsabilidade do proprietário ou do inquilino, o que pode gerar resultados diversos).

Ao mesmo tempo, é de suma importância que tanto os órgãos competentes, no caso de Uberlândia, o COMPHAC, como aquelas secretarias diretamente vinculadas à temática, busquem alternativas também tanto de ordem financeira como técnica, para que as edificações de maior valor arquitetônico tenham atenção especial, de forma a tentar valorizar os bens que fazem parte da história do bairro e da cidade. É importante lembrar que o centro, como fragmento da cidade e lugar de representação cultural, confere um valor simbólico ao conjunto do espaço urbano, de forma que se converte em área representativa e de identificação da cidade.

A própria Secretaria de Cultura já possui uma importante base de dados, constituída por meio do Plano de Proteção de Inventário do Acervo Cultural de Uberlândia 2006-2011, em que a maior parte dos bens imóveis de interesse histórico-cultural já foi inventariada e pode ser importante referência neste processo. Este poderia inclusive vir a ser um momento em que se ampliaria o número de bens tombados no município, seja de forma parcial ou integral, aumentando as possibilidades de preservação dessas edificações.

Outra medida, que complementaria a normatização do uso da publicidade nas fachadas, seria o aterramento da fiação área de serviços existente atualmente no bairro (já realizado no perímetro localizado entre as Avenidas Floriano Peixoto e João Pinheiro de um lado e Ruas Goiás e Coronel Antônio Alves Pereira do outro). Entretanto, por se tratar de uma medida de alto custo, que envolve também toda a renovação também da pavimentação das vias, entende-se que só deve ser

implantada quando articulada com uma alteração mais profunda em toda a mobilidade urbana do setor.

Além da poluição visual, também são necessárias iniciativas que melhorem a questão da limpeza urbana. Do ponto de vista da coleta do lixo, duas das principais medidas para a melhoria do sistema já se encontram parcialmente em operação, o sistema de coleta seletiva e mecanizada do lixo. Entretanto é preciso se adequar melhor à demanda da região e divulgar mais o serviço, bem como estabelecer outras formas de conscientização dos usuários, em especial aqueles responsáveis pela retirada dos resíduos tanto das áreas comerciais como residenciais.

Outra medida com potencial de ser implantada, que causaria impacto diretamente na sociedade civil como um todo, é a criação de uma lei que puna com multa todo e qualquer cidadão que descarte qualquer tipo de lixo na via pública, já adotada em diversas cidades, tendo ganhado maior publicidade no Brasil a partir de sua implementação no Rio de Janeiro.

Por fim é importante destacar que de nada adiantar criar uma legislação ou adotar novas formas de gestão do sistema de limpeza pública se não houver uma rígida fiscalização e uma exemplar punição para aqueles que não cumprirem as normas.

O segundo grupo de medidas é aquele que produzirá as maiores transformações no espaço urbano e, conseqüentemente, o de maior dificuldade e com os mais altos custos para implantação. Elas estão relacionadas basicamente à melhoria da mobilidade e do desenho urbano das vias que compõem o Bairro Centro.

O atual traçado do bairro, cujo desenho segue praticamente o mesmo desde sua concepção, mostra-se totalmente inadequado às necessidades de uma cidade

do porte de Uberlândia. De modo geral as calçadas são de dimensão reduzida, gerando grande dificuldade para a circulação de pedestres; as vias possuem faixas adequadas à circulação apenas nas avenidas e há uma priorização para a circulação dos veículos particulares em detrimento do transporte público; bem como excesso de áreas destinadas ao estacionamento, em especial nos principais eixos comerciais localizados nas quadras situadas entre as Avenidas Cesário Alvim e Cipriano del Fávoro.

Para piorar a situação, o setor central ainda é amplamente utilizado como local de passagem e seu desenho na forma quadriculada obriga a instalação de semáforos em todas as esquinas, o que dificulta ainda mais a mobilidade tanto dos veículos, como dos pedestres.

Desta forma, a primeira medida que se propõe para melhorar a mobilidade neste setor é uma completa readequação de seu desenho urbano. No levantamento realizado, verificou-se que o comércio de rua está concentrado principalmente nas quadras entre as Avenidas Floriano Peixoto e Afonso Pena e à medida que nos afastamentos, tanto em direção à Avenida Getúlio Vargas, como à Avenida Rio Branco, há uma concentração maior do setor de serviços e do uso residencial.

Verificamos também que atualmente há um corredor preferencial de ônibus localizado na Avenida João Pinheiro e a sua circulação, nas Avenidas Afonso Pena e Getúlio Vargas. Vale a pena destacar também no projeto em estudo para determinar a viabilidade de implantação de Veículo Leve sobre Trilhos – VLTS na cidade, utilizar-se-ia a princípio a faixa preferencial de ônibus da João Pinheiro.

Assim, levando em conta as particularidades do uso do solo atual do bairro, bem como os altos custos que uma mudança global no sistema viário implicaria, entende-se que a solução mais viável para sua transformação seria a mudança

gradual do atual sistema, inclusive com o objetivo de minimizar os impactos inerentes a uma obra dessa grandeza e para poder avaliar os efetivos resultados de tais mudanças, principalmente por parte da população que utiliza diariamente o setor.

Além disso, para que qualquer mudança realizada no Bairro Centro obtenha os resultados desejados, é necessário que paralelamente se reorganize todo o sistema de anéis pericentrais, de forma a desviar pelo menos uma parte substancial do tráfego de passagem do setor.

Alterações no sistema viário local já foram propostas por meio do Projeto de Requalificação da Área Central e Fundinho Integrado ao Contexto dos Bairros, apresentado em 2009, que propunha: “uma melhoria da mobilidade, em consonância com as propostas e instrumentos do Plano Diretor (2006), bem como uma dinamização da área via diversificação dos usos, reutilização dos espaços e melhoria infraestrutural” (ALVES, 2011, p. 113).

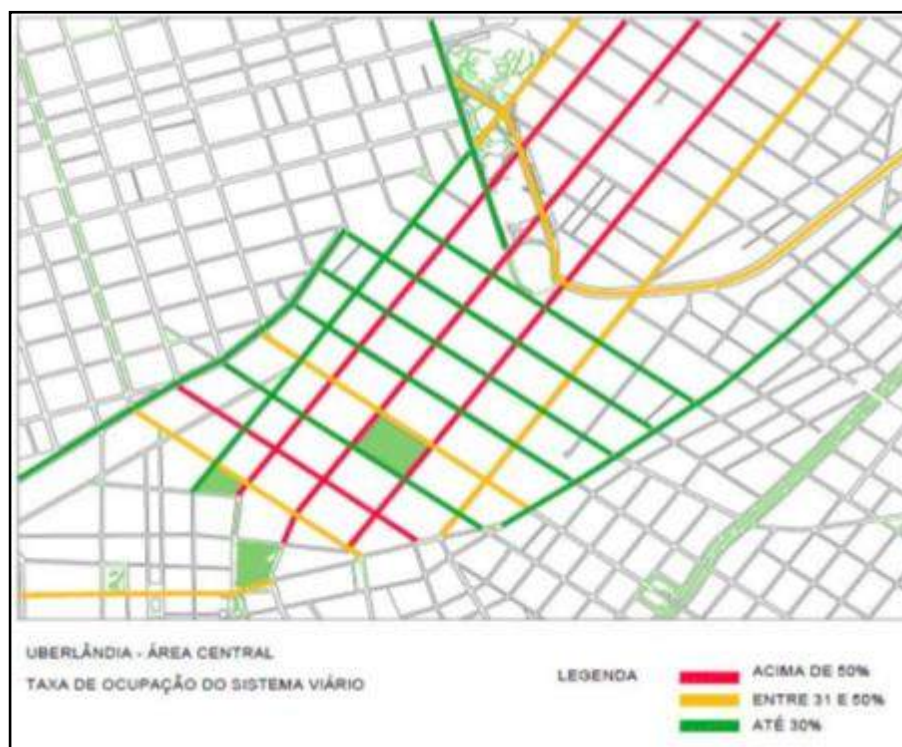
Tais propostas, com foco na priorização do pedestre e democratização do uso do espaço público, estão embasadas na mobilidade sustentável e acessibilidade universal e encontram-se disponíveis no Plano Diretor de Transportes e Mobilidade Urbana de Uberlândia (PlaMob), apresentado em 2010 em versão preliminar pela mesma empresa que realizou o estudo anterior. Dentre as principais ações a serem desenvolvidas, Alves (2011, p.113) destaca:

A priorização dos deslocamentos a pé a partir de ações que melhorem as calçadas, as condições de circulação dos pedestres, os espaços das praças e o ambiente como um todo; a garantia de um transporte coletivo de qualidade, integrado e rápido; sendo que dentre as ações correlatas destaca-se a racionalização dos itinerários e da frota na área central; a democratização do uso do sistema viário; a racionalização da utilização viária e melhoria da qualidade dos espaços públicos; a segurança nos deslocamentos; a conscientização, entre outras.

Para apresentar as propostas de mudanças no desenho urbano que entendo serem as mais adequadas para o bairro, utilizarei alguns desenhos de perfis das vias originários do PlaMob, tanto para ilustrar as situações as quais descrevo, como para apresentar soluções alternativas.

Porém, antes de apresentar as propostas, é importante conhecer as taxas de ocupação do sistema viário do Bairro Centro, cujo levantamento está disponível no PlaMob.

Figura 43 – Uberlândia (MG) – Taxa de ocupação no sistema viário do Bairro Centro – 2010



Fonte: PMU/SETTRAN, 2010.

Por meio deste levantamento verificamos que as vias que possuem uma taxa de ocupação acima de 50%, ou seja, de alta densidade, e que segundo o estudo caminham para o seu esgotamento total em um futuro próximo, levando em conta tanto as taxas de crescimento de ocupação da via como da frota veicular da cidade, são as Avenidas João Pinheiro, Afonso Pena e Floriano Peixoto, bem como a Rua Santos Dumont. Já as de média intensidade são as Avenidas Cesário Alvim e João Naves de Ávila e as Ruas Goiás e Duque de Caxias.

Desta forma, entendemos que as mudanças deveriam ser feitas em áreas delimitadas, e executadas em fases distintas. Assim, os custos para uma intervenção desse porte podem ser escalonados e distribuídos num cronograma de curto, médio e longo prazos, bem como é possível verificar os reais impactos de tais medidas, permitindo eventuais alterações e/ou melhorias nas etapas seguintes.

A área de intervenção deveria ficar delimitada ao setor compreendido entre as Avenidas João Pinheiro e Floriano Peixoto num sentido e Rua Goiás e Avenida João Naves de Ávila no outro. Este setor é aquele que possui a maior intensidade de fluxo viário e de uso, tanto do comércio de rua como misto do bairro, o que o torna um excelente projeto piloto para avaliar o impacto no setor comercial local e no residencial.

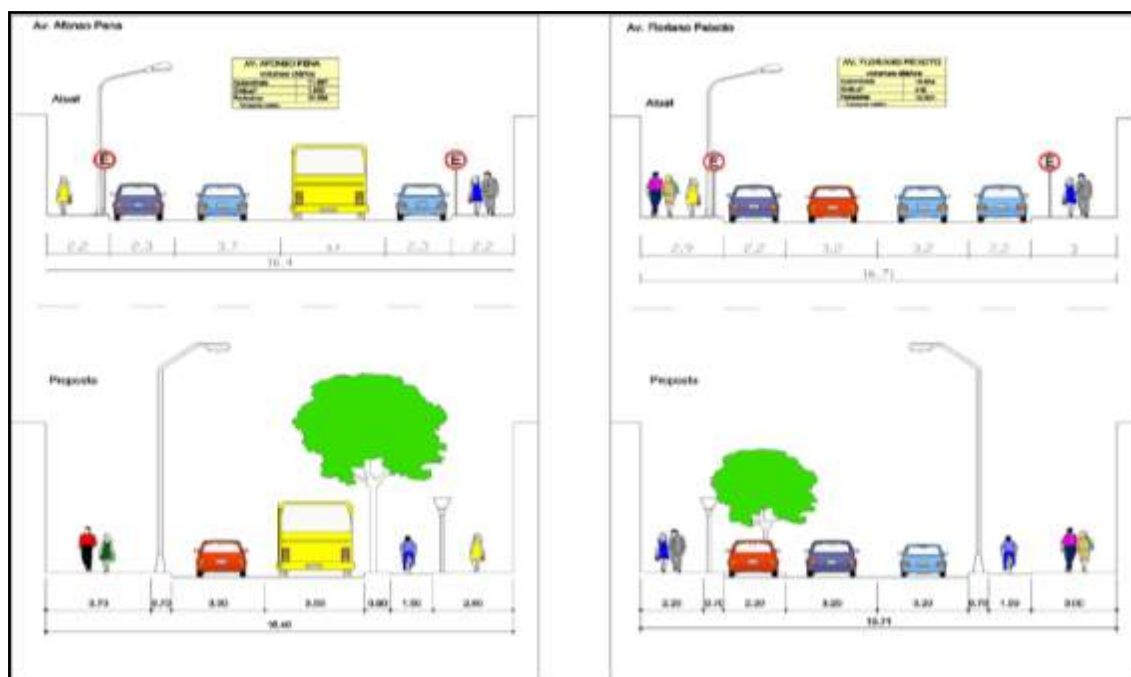
Em 2014, os perfis dos dois principais eixos viários do Bairro Centro são parecidos. A Avenida Afonso Pena possui na largura uma dimensão total de 16,4 metros, sendo 2,2 m de cada lado, destinados ao passeio; 2,3 m de cada lado para a zona de estacionamento e duas vias de rolamento com 3,7 metros, adequadas tanto ao tráfego de ônibus como de veículos de passeio. Já a Avenida Floriano Peixoto é um pouco maior, com uma dimensão total de 16,7 metros, passeios mais generosos, de 2,9 m de um lado e 3,0 de outro; duas faixas de estacionamento, com

2,2 m de cada lado; e faixas de rolamento com 3,2 m, menos adequadas à circulação de ônibus.

Nas propostas de alteração do uso das avenidas apresentadas no Projeto de Requalificação da Área Central e Fundinho Integrado ao Contexto dos Bairros estão presentes duas características com as quais não concordamos. Primeiro é a implantação de uma ciclovia nos dois eixos comerciais principais do bairro. Embora seja uma medida amplamente adotada em diversas cidades e que a cada dia ganha mais adeptos, por se tratar de uma forma ecologicamente correta de locomoção, o traçado viário do bairro possui algumas características que dificultam a construção desse tipo de via.

Uma das principais é o número de intersecções existentes, uma a cada esquina, fator que exigiria tempo de semáforos distinto para o veículo, o pedestre e o ciclista, dificultando a implantação da faixa exclusiva, uma vez que não é nada atrativo para o ciclista andar uma quadra e parar na outra em função de tempos de passagem e espera de cruzamentos. Entretanto, acreditamos que a principal dificuldade é que ainda falta uma maior conscientização tanto dos motoristas de veículos automotores, como dos próprios ciclistas, sem citar os pedestres, que de forma geral não respeitam uns aos outros no trânsito.

Figura 44 – Uberlândia (MG) – Proposta de alteração do uso das Avenidas Afonso Pena e Floriano Peixoto – 2010



Fonte: PMU/SETTRAN, 2010.

Por isso, entendo que a melhor opção seria utilizar a área proposta para a ciclovia para a expansão das calçadas, privilegiando o espaço destinado aos pedestres. A ciclovia pode ser deslocada para a Avenida Cipriano del Fávoro, cujo volume de tráfego é bastante inferior, com a supressão da faixa de estacionamento de um lado e a criação de uma ciclovia de via dupla; embora permaneçam as questões dos tempos de passagem e da conscientização dos motoristas citadas anteriormente.

Portanto, a proposta seria retirar as áreas de estacionamento em ambos os lados da Avenida Afonso Pena e estender a calçada para 4,7 m de cada lado, sendo 0,70 m destinado à faixa de serviços e o restante, à circulação dos transeuntes; e deixar apenas duas faixas de circulação para veículos com 3,5 metros cada. Na Avenida Floriano Peixoto, a proposta é também retirar a área de estacionamento de ambos os lados, e destinar 4,85 m da área de cada lado para a calçada e com os

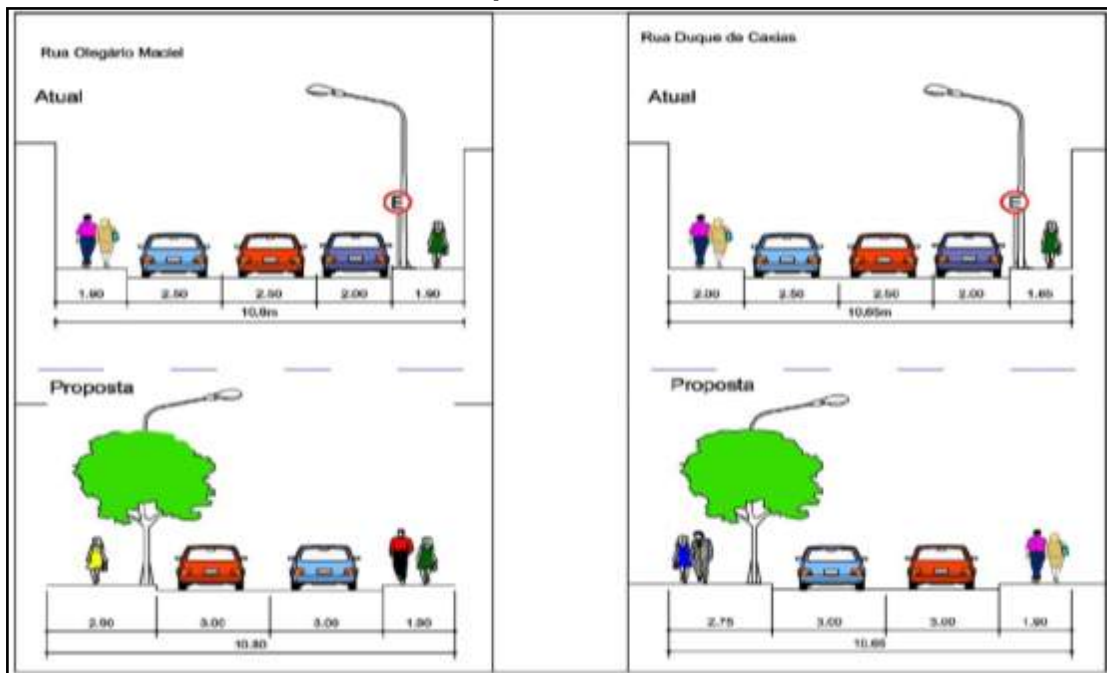
mesmos 70 cm destinados à faixa de serviços e também deixar apenas duas faixas de circulação, com 3,5 m cada uma.

Em relação à Avenida João Pinheiro, cujas dimensões precisas não são apontadas no trabalho, propõe-se a manutenção das três vias, com uma faixa de uso preferencial pelo transporte público, e da área de estacionamento do lado esquerdo da avenida, mas com usos específicos, como o de carga/descarga, deficientes físicos, idosos e de motocicletas, permitindo apenas o uso pelo público em geral no período noturno, que atenderia tanto o segmento educacional como o de entretenimento, cuja presença é bem destacada em determinados trechos desta avenida.

No que se refere às vias transversais, verificamos que embora possuam uma dimensão que varia entre 10,65 m e 11,00 m, de forma geral há um padrão no desenho das mesmas, com passeio de no máximo dois metros de largura, duas vias de rolamento com 2,5 m cada e uma faixa de estacionamento com dois metros, o que ocasiona conflitos constantes no tráfego, pois as dimensões da via são mínimas e qualquer veículo de dimensões maiores ou motorista que não respeita as faixas ocupa mais de uma via das ruas, impedindo maior fluidez no tráfego.

As propostas de alteração do uso das ruas que compõem a trama do bairro apresentadas no Projeto de Requalificação da Área Central e Fundinho Integrado ao Contexto dos Bairros, de modo geral, excluem a via destinada ao estacionamento e aumentam em meio metro cada faixa de rolamento, além de ampliar apenas um lado da calçada em toda a extensão das vias.

Figura 45 – Uberlândia (MG) – Proposta de alteração do uso das Ruas Olegário Maciel e Duque de Caxias – 2010



Fonte: PMU/SETTRAN, 2010.

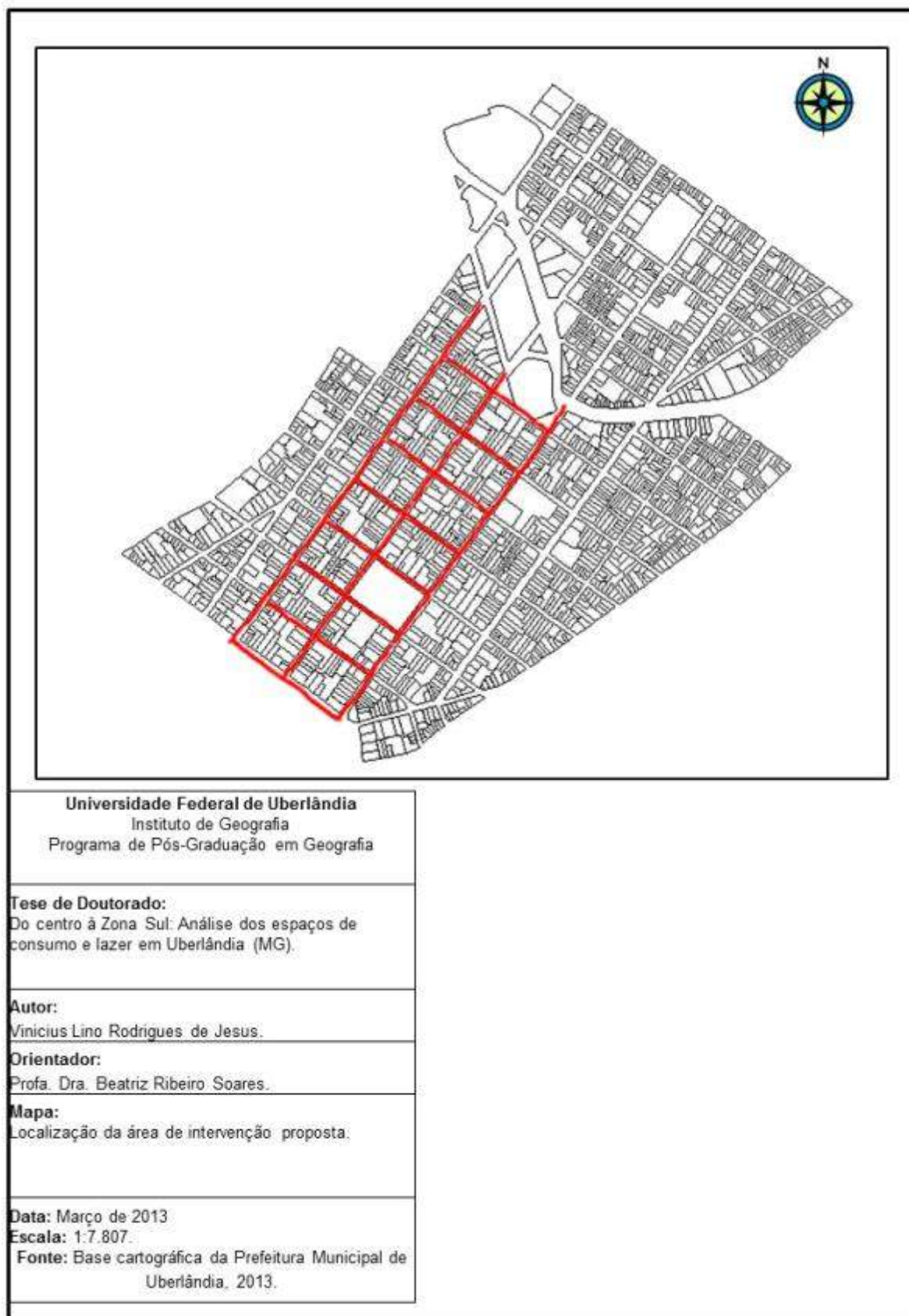
Na proposta, entendemos que as intervenções devem ocorrer inicialmente somente no trecho compreendido entre as Avenidas Floriano Peixoto e João Pinheiro por um lado e entre as Ruas Goiás e Coronel Antônio Alves por outro, ou seja, apenas em duas quadras da trama, que são as de maior uso comercial. Feita esta ressalva, concordamos que se deva retirar a via de estacionamento, bem como ampliar o tamanho das vias de rolamento, porém, entendemos que seja possível ampliar a calçada de forma igual em ambos os lados da via, ou seja, com um acréscimo de meio metro em cada uma. Desta forma as calçadas teriam entre 2,40 m e 2,50 metros. Embora não sejam medidas apropriadas para o volume de pedestres que circulam pelo bairro diariamente, certamente são mais confortáveis que as medidas atuais, bem como mais democráticas, uma vez que atendem os estabelecimentos localizados em ambos os lados das ruas.

Ao restringir as alterações no desenho urbano neste trecho delimitado, acredita-se que uma proposta de intervenção no Bairro Centro se torne mais viável,

uma vez que são relativamente fáceis de ser realizadas e de custos bem menores que uma intervenção maior como aquela proposta no Projeto de Requalificação da Área Central e Fundinho Integrado ao Contexto dos Bairros, que demandaria um tempo maior para execução e gastos elevados, pois contempla também a desapropriação de alguns imóveis.

Característica importante desse trecho delimitado é que já existe fiação subterrânea, exceto na Avenida João Pinheiro, o que reduz sensivelmente o custo de implementação, que basicamente se traduz na realização de uma nova calçada, reordenação do sistema de iluminação, repavimentação das vias de rolamento, nova sinalização tanto horizontal como vertical e a introdução de novo mobiliário urbano. Claro que este é um processo, como qualquer outro do tipo, que num primeiro momento causa transtorno tanto para os usuários como para os comerciantes e moradores do bairro, mas depois de concluído pode trazer resultados muito positivos.

Mapa 72 – Uberlândia (MG) - Localização da área de intervenção proposta – 2014



Fonte: JESUS, V.L.R., 2014.

Para além das intervenções a serem realizadas nas vias de circulação é importante que se utilize um padrão único de acessibilidade em todo o bairro, que consiste basicamente na adoção de um padrão único de calçamento, na implantação de calçadas acessíveis, onde haja pelo menos pisos tácteis, rampa de acesso, semáforos sonoros e faixas de travessia elevadas.

O objetivo deste trabalho é apenas apontar alguns caminhos para a melhoria do Bairro Centro por meio da proposição de algumas intervenções, e por isso não há preocupação com um detalhamento maior dessas propostas, mas entende-se que tais mudanças no desenho urbano devem ser acompanhadas de uma série de premissas, algumas delas muito bem apontadas no PlaMob, tais como:

- a criação de áreas de estacionamento destinadas a carga/descarga (além de uma nova legislação sobre o tema, impondo horários específicos e limites ao tamanho dos veículos que podem utilizar o sistema); bem como vagas para deficientes físicos, em locais predeterminados, de preferência no mesmo nível da calçada, permitindo o uso pelos pedestres no momento em que a área não esteja sendo utilizada;
- a adoção de um sistema de iluminação mais eficiente, tanto do ponto de vista do gasto energético como da capacidade de iluminação;
- reprogramação semaforica em todo o trecho, destinando um tempo para a travessia de pedestres;
- melhoria no sistema de sinalização como um todo.

Além disso, também se fazem necessárias algumas intervenções nas vias que circundam o perímetro sugerido, com o objetivo principal de redirecionar o fluxo de veículos de passagem no bairro. Num primeiro momento algumas medidas simples podem ser adotadas sem a necessidade de intervenção maior no traçado

viário atual, como a supressão de faixas de estacionamento, a inversão ou conversão do sentido de algumas vias e a repaginação ou implementação da sinalização estatigráfica.

Essas medidas também podem ser adaptadas ao entorno do Bairro Centro, em especial nas regiões analisadas neste trabalho, Fundinho, Lídice e Tabajaras, pois um dos grandes problemas desses setores em relação à mobilidade urbana está relacionado ao tráfego de veículos. Ainda que as calçadas também sejam inadequadas, o fluxo de pedestres ainda é relativamente pequeno se comparado ao Bairro Centro.

Nestes locais um simples reordenamento do sentido de algumas vias e a completa repaginação da sinalização estatigráfica e da vertical, associados a uma maior fiscalização por parte dos órgãos competentes e à introdução de um sistema adequado de estacionamento tarifado, a Zona Azul, podem trazer grandes melhorias para a fluidez tanto do trânsito interno, como aquele que tem como destino final o Bairro Centro.

Um dos grandes problemas que uma intervenção desse porte traria para o bairro seria a retirada de um número considerável de estacionamentos em via pública, não gratuitos - uma vez que todo esse setor conta atualmente, ainda que temporariamente fora de uso, com sistema de estacionamento rotativo pago - retirada esta que tem por objetivo a maior democratização do uso do espaço urbano, por meio do aumento da área destinada ao pedestre e da melhoria das vias de rolamento, deixando de favorecer alguns poucos utilizam esses espaços para deixar seus veículos.

Porém, mesmo que sejam poucos aqueles que se beneficiam do atual modelo, é importante que se lhes ofereçam alternativas, bem como haja campanhas

que visem a maior conscientização dos usuários, mostrando os benefícios que tal mudança poderia trazer para a região como um todo. A proposta de intervenção abrange 14 quadras, que atualmente oferecem aproximadamente 400 vagas para automóveis e 500 para motocicletas, inclusas no sistema rotativo de estacionamento Zona Azul.

A redução do número de vagas de estacionamento pode ser compensada de diversas formas. A primeira, pela ampliação do sistema de Zona Azul e a adoção de um sistema eficiente, ação já em processo de implantação por parte do Poder Público Municipal, na área adjacente ao perímetro de intervenção. Também é possível estimular a criação de estacionamentos privados verticais, já autorizados por lei, o que pode ser realizado em diversos terrenos que atualmente já são destinados para tal uso. A criação de uma política diferenciada para utilização do sistema de zona por parte dos moradores do bairro, uma vez que há um número significativo de edifícios residenciais no setor, inclusive alguns sem vagas próprias de garagem, como, por exemplo, o pagamento de uma taxa única anual para determinado uso, seria uma alternativa em busca de uma melhoria no sistema.

Outra possibilidade é a criação de estacionamentos subterrâneos, em especial junto às Praças Tubal Vilela, Oswaldo Cruz e Clarimundo Carneiro, de forma a atender tanto as extremidades como o setor central desta área de intervenção, proposta esta que inclusive já conta com o referendo da CDL.

Também é possível realizar a transferência de parte dessas vagas, aquelas de uso específico, para a faixa de estacionamento localizada na Avenida João Pinheiro, como proposto anteriormente, podendo inclusive propor mudanças no sistema de cobrança, pois atualmente as motocicletas estão isentas de pagamento no sistema de Zona Azul, situação que pode ser revista.

Porém, para que essas propostas tenham êxito, é essencial que haja uma efetiva participação da população, em especial dos moradores e empresários, tanto na etapa de planejamento como na efetiva implantação das mesmas. Embora, neste trabalho tenham sido propostas algumas medidas predefinidas, adaptadas à realidade local por meio de experiências adotadas em outras cidades, pode ser que não seja isso que a população local deseja, necessitando de adequações.

Também é de suma importância que a população local seja o principal agente transformador da identidade e imagem do bairro, atuando tanto como fiscalizadora, quanto como promotora das mudanças. O local apenas será agradável ao “visitante” se o for para o próprio residente. Neste sentido, há um precedente em diversas intervenções em áreas centrais que tiveram sucesso ou fracasso justamente em função da participação ativa tanto do morador como do empresariado local.

Para tanto, é essencial que paralelamente à execução das obras, sejam dedicados recursos materiais, financeiros e humanos num projeto amplo de educação e conscientização da população local e daqueles que utilizam a região, diária ou eventualmente. Projeto que deve englobar tanto ações positivas por parte daqueles cidadãos que vivem, trabalham e circulam pelo centro, como aquelas relacionadas ao armazenamento e coleta de lixo, assim como um grande projeto de educação no trânsito, tanto para motoristas e pedestres, para que um respeite o espaço do outro.

Por fim, mas não menos importante, é necessário que, na medida do possível, criem-se mecanismos institucionais que busquem evitar um processo de gentrificação decorrente da implantação dessas melhorias no bairro; nem tanto do ponto de vista residencial, uma vez que não há uma predominância de uma população de renda baixa que resida ali, embora existam alguns que devem ser

incluídos nessas iniciativas, mas principalmente do enfoque comercial, pois há uma parcela importante, tanto do comércio de rua como dos serviços, que tem caráter tradicional ou bastante simples, que basicamente representa a única forma de subsistência dos proprietários.

Também é preciso observar o comércio informal ou aquilo que Milton Santos (1979) define como “o circuito inferior da economia urbana”, embora tal informalidade não possua as mesmas características que encontrávamos na década de 1990, quando havia efetivamente um comércio ambulante instalado nas ruas do Bairro Centro.

Atualmente esse comércio está localizado principalmente no entorno do Terminal Central de Ônibus e da Praça Tubal Vilela, identificado no Capítulo 3 deste trabalho. Por serem espaços de grandes dimensões, podem eventualmente ser alvo de investidores que queiram se aproveitar de um processo de requalificação do bairro para transformá-los em outro tipo de espaço comercial. Por isso é preciso que, por um lado, se garanta o direito de esses trabalhadores permanecerem no local e, por outro, que se combatam aqueles que comercializem produtos ilegais ou atuem às margens do sistema legal, oferecendo possibilidades para que se tornem micro ou pequenos empresários.

O terceiro e último grupo de medidas que se propõe sai da esfera urbana e tem como objetivo a melhoria da qualidade da atividade comercial do bairro. Embora este modelo de política pública não seja muito utilizado no Brasil em geral, a não ser por meio de ações desenvolvidas e vinculadas normalmente às instituições de ensino superior públicas, internacionalmente vem se transformando numa das principais medidas de incentivo municipal, tanto nos processos de renovação e requalificação de regiões das cidades, como na geração de novos empregos, em

especial para jovens, e como alternativa de inserção em um mercado global, notadamente nos setores mais avançados da economia.

A primeira ação para avançar nesse sentido é a criação de uma empresa incubadora de projetos por parte do Poder Público Municipal, focada especificamente no desenvolvimento de empresas que estejam localizadas no bairro e que ocupem algum imóvel no setor. Tal empresa, que pode ser tanto uma iniciativa nova do governo em parceria com as universidades e o setor privado, como vir daquelas que já se encontram em desenvolvimento, como os seguintes projetos:

- Centro de Incubação de Atividades Empreendedora – CIAEM (Parceria UFU – Prefeitura);
- Centro de Incubação de Empreendimentos Populares Solidários – CIEPS (Pró-Reitoria de Extensão, Cultura e Assuntos Estudantis da UFU);
- Programa Algar Incubadora (Grupo Algar);
- Incubadora de Empresa do Inatel (Instituto Nacional de Telecomunicações).

A incubadora pode funcionar junto a um escritório central responsável pela assessoria técnica do projeto de requalificação da área central ou de forma independente, assistindo os empresários que já atuam no mercado ou pessoas interessadas em desenvolver novos projetos, em especial aqueles relacionados ao desenvolvimento de novas tecnologias e produtos, podendo inclusive desenvolver iniciativas de *crowdfunding* e abrigar uma empresa aceleradora de *startups*, temas discutidos no Capítulo 1 do trabalho.

Um exemplo interessante deste modelo foi realizado em Lisboa, com a criação, no ano de 2011, da Incubadora de Empresas Lisboa, denominada Startup Lisboa, numa associação com a iniciativa privada, com sede na Baixa e com os objetivos de:

- facilitar a criação e desenvolvimento da iniciativa empresarial por meio da combinação de infraestruturas e serviços de apoio especializados;
- desenvolver um programa de pré-incubação, desenvolvimento do modelo de negócios através de tutoriais com profissionais especializados, formação específica e restrita, eventos de *networking* e atividades complementares;
- desenvolver um programa de incubação, consultoria especializada, acompanhamento por mentores;
- disponibilizar espaço adequado às iniciativas empresariais, desde 10 m² até 40 m², equipados com mobiliário, telefone, ar-condicionado, limpeza, segurança e internet banda larga.

Outra possibilidade é o incentivo ao desenvolvimento de determinados segmentos de comércio e serviços, seja pela modificação da legislação do uso e ocupação do solo ou por meio de incentivos fiscais e tributários, que possam atrair determinados segmentos para o bairro, notadamente aqueles relacionados ao setor criativo e de entretenimento.

Atualmente, já verificamos em determinados setores, tanto do Bairro Centro, como do entorno, em especial no Lídice e no Fundinho, algumas concentrações desses segmentos, como o setor de entretenimento e gastronomia localizado entre as Ruas Santos Dumont e Bernardo Guimarães, bem como os escritórios de arquitetura, lojas de decoração e agências de publicidade e propaganda nas proximidades. Todavia, ainda há espaço para o desenvolvimento de novos empreendimentos, desses setores e de outros que ainda não “descobriram” as possibilidades e facilidades do bairro.

Uma alternativa para a atração de novos negócios, também ainda pouco utilizada no Brasil, é a adoção de incentivos para que proprietários de áreas ociosas

no bairro, localizadas principalmente nas antigas galerias comerciais, possam alugar seus espaços a preço subsidiado para determinados segmentos comerciais e de serviços, ou diretamente para o Poder Público a fim de que este possa adotar uma política pública de incentivo a novos empreendimentos.

Um projeto piloto poderia ser desenvolvido na Galeria Central, localizada no edifício de mesmo nome, que possui um grande número de salas comerciais, muitas delas vazias, no segundo e terceiro pisos do empreendimento, algumas com acesso a uma varanda e outras interiores, que se encontram ao lado do setor de entretenimento mais pujante da cidade, e atualmente passa por um processo de *retrofit*. Neste local, o Poder Público poderia tanto oferecer espaços para residências artísticas, como para *startups* selecionadas em seu programa de incubadora, de forma a atrair setores correlatos para se instalarem no local.

Um exemplo interessante que vem ocorrendo neste sentido, embora de forma espontânea, é a transformação do espaço comercial existente no conjunto Arcanjo Maletta, localizado em Belo Horizonte, tradicional reduto de universitários, que durante anos foi subutilizado e atualmente possui uma área tanto de entretenimento como cultural bastante pujante.

Em diversas cidades do mundo também foram adotadas medidas, tanto em áreas centrais, como em antigas zonas industriais, de transformação de edificações subutilizadas ou abandonadas em polos criativos, voltados tanto para as artes como para o desenvolvimento de novas empresas dos setores dinâmicos e criativos da economia.

Alguns exemplos bem-sucedidos deste modelo: o Kaapeli, ou Cable Factory, localizado na antiga fábrica de cabos da Nokia em Helsink, que foi transformado num centro cultural multifuncional e com diversas salas que são locadas para

artistas e empresas locais. Também podemos destacar a LX Factory, situada na antiga Companhia de Fiação e Tecidos Lisbonense no Bairro de Alcântara em Lisboa, que atualmente se autodenomina como “uma fábrica de experiências ocupada por empresas e profissionais da indústria criativa local”.

Experiências estas que podem servir de inspiração para criação de um novo espaço na cidade, em especial no entorno da antiga estação ferroviária, que ainda guarda uma importante memória industrial do período que o bairro desenvolvia a atividade industrial.

Foto 59 – Área externa da *Cable Factory* durante a feira Finncon em 2009



Fonte: Kaapeli. Disponível em <<http://www.kaapelitehdas.fi/en/info>>. Acesso em 09 jun. 2014.

6.4 A UTILIZAÇÃO DOS ESPAÇOS PÚBLICOS E AS NOVAS FORMAS DE LAZER

A melhoria do espaço urbano está relacionada diretamente com a revalorização dos espaços públicos. Embora no Brasil exista uma desvalorização dessas áreas e, em oposição, um crescimento dos espaços privados, a maior parte das cidades cujas políticas públicas buscam aumentar a qualidade de vida de seus habitantes prioriza estratégias nas quais o espaço público é o verdadeiro *locus* da vida urbana.

Neste sentido, o Bairro Centro e seu entorno, em especial o Fundinho, são favorecidos em função do número e da qualidade das praças existentes. Ainda hoje, funcionam como importantes espaços de convívio social e de lazer, referência na memória coletiva dos cidadãos e locais de grandes acontecimentos na cidade. Também são lugares de encontros e desencontros, de contemplação, de espera, de reflexão e de passagem.

Recentemente todas as praças da área central passaram por um processo de revitalização, em que foram realizados serviços de limpeza, renovação dos jardins e manutenção dos equipamentos. Muitas delas são palcos de diversos eventos durante todo o ano. Para além dos eventos permanentes, que incluem shows de artistas locais e nacionais, eventos relacionados ao carnaval, festas juninas, feiras de alimentação e eventos natalinos, recebem também acontecimentos diversos, como exposições temporárias, eventos esportivos e ações variadas realizadas pelas diversas secretarias municipais.

No último ano foi retomada uma iniciativa que se encontrava abandonada, o Natal Luz, que iluminou um setor do bairro com uma decoração natalina durante o

período que antecedeu a data e atraiu tanto aquele público interessado na estética do projeto, como aqueles que queriam consumir, contribuindo significativamente para o aumento de vendas nas lojas locais.

Dos espaços públicos do Bairro Centro, podemos destacar dois, as Praças Sérgio Pacheco e Tubal Vilela. A primeira é o maior espaço público de toda área central e arredores, podendo ser classificada como um pequeno parque, uma vez que possui, além de uma extensa área verde, com projeto paisagístico original criado por Burle Marx, locais específicos para a prática de esportes e lazer, como um parque de diversões, quadras esportivas, pistas de caminhadas e um teatro de arena, além de completa infraestrutura de apoio ao visitante, com banheiros e barracas de alimentação.

É um local de encontro diário para a prática de esportes e o lazer de vários moradores; e palco de uma série de eventos, fixos e pontuais, que atraem tanto a população residente no entorno, como aquela proveniente de zonas mais distantes, em especial nos finais de semana.

A segunda praça, a Tubal Vilela, ainda hoje é um dos principais cartões postais da cidade, cujo desenho e paisagismo pode ser mais bem contemplado quando vista do alto de algum dos edifícios que a circundam. Apesar de ser um ponto de referência da grande maioria da população local, em geral é frequentada apenas por uma minoria composta por trabalhadores e moradores do entorno, aposentados, estudantes da Escola Estadual Bueno Brandão, usuários do SIT e transeuntes que buscam o setor comercial local. Cria-se, assim, um espaço segregado, o qual de certa forma é o reflexo do que acontece no bairro como um todo, que é dividido de acordo com os setores. E há pouca interação entre as classes mais abastadas e as menos favorecidas, ocorrendo de forma pontual e

ainda assim de forma distinta, como por exemplo, no caso do acesso ao sistema bancário: alguns usuários só o fazem estacionando seu veículo particular nas garagens anexas, acessando a agência sem ao menos circular pelo espaço público, em alguns casos, dispondo inclusive de entrada exclusiva para atendimento personalizado. Apesar dessa segregação, a praça é um espaço que recebe eventos regulares e itinerantes, como shows, festas e feiras, bem como um local de encontro de grupos para reunião, como de aposentados, religiosos, entre outros. Também foi o palco principal do último Natal Luz, realizado na cidade, e é um dos principais espaços de manifestações da sociedade civil organizada.

Outra importante forma de lazer presente no bairro é o próprio ato de consumir, sendo comum encontrar famílias inteiras que se dirigem à região para realizar compras, em especial nos finais de semana. As lojas de departamentos são as que possuem maior poder de atração, tanto que no último ano abriram-se duas: uma nova unidade das Lojas Americanas, que já possuía loja no bairro; e a primeira loja de rua da C&A na cidade.

Algumas ruas especializadas, principalmente dos segmentos de vestuário e acessórios, também atraem um público específico, como aquele encontrado nas Ruas Goiás e Tiradentes, localizadas nos Bairros Centro e Fundinho, respectivamente. Situação semelhante ocorre em relação a algumas lojas de alimentação, principalmente cafés, sorveterias, lanchonetes e docerias, situadas no trecho entre as Avenidas Floriano Peixoto e João Pinheiro por um lado e as Ruas Duque de Caxias e Bernardo Guimarães por outro.

O consumo não é apenas o de mercadorias, mas também do espaço público, representado não somente pelas praças, mas sobretudo pela rua, como pode ser observado em áreas centrais de diversas cidades do mundo. Entretanto, no caso

concreto do Bairro Centro de Uberlândia esse consumo do espaço público como atividade de lazer é cada vez mais raro, pois o desenho das calçadas, discutido anteriormente, associado ao alto fluxo de pedestres que circulam diariamente pelas ruas do bairro, não permitem que se tenha uma experiência de qualidade ou sequer um mínimo conforto.

Em função disso, o consumo do espaço é realizado com uma frequência cada vez maior apenas nos locais privados, sobretudo nas grandes superfícies comerciais, cuja área é pensada e desenvolvida para atender todas as necessidades do consumidor atual de forma a mantê-lo o maior tempo possível dentro do estabelecimento, para que então possa consumir as mercadorias.

Uma terceira forma de lazer presente no bairro é o entretenimento noturno, que mistura o consumo do espaço público e privado. Isso porque embora alguns usuários, principalmente jovens adultos, frequentem a região para ir aos diversos bares e casas noturnas existentes, outros apenas circulam pelas ruas e praças em um movimento de vai e vem frenético, com o objetivo de ver e serem vistos pelos seus pares.

Localizado no entorno das Ruas Santos Dumont e Bernardo Guimarães, o principal polo de entretenimento noturno da cidade atrai um público diverso, em especial nos finais de semana, com formação de filas nas portas dos bares e clubes locais. Entretanto o público que frequenta este setor do bairro no período noturno é distinto daquele do período diurno, em especial em relação ao perfil socioeconômico. Se durante o dia há a predominância de trabalhadores do entorno e um público de classes sociais diversas, à noite a maior parte é composta por estudantes e pessoas de classes sociais mais altas.

O lazer noturno, conforme discutido no Capítulo 3, gera por um lado uma série de benefícios e, por outro, alguns problemas para a região. Todavia, há um aspecto desse polo de entretenimento que se destaca dos demais: a imagem positiva que se cria do centro, sobretudo por parte do público mais jovem, que ao pensar num local para se divertir à noite, associa o bairro a um local de qualidade, tornando inclusive bem mais fácil a tarefa de atraí-lo para a região também durante o período diurno a fim de realizar outras atividades.

6.4.1 Propostas para melhor utilização dos espaços públicos e aumento das atividades de lazer no Bairro Centro

Os espaços públicos são a essência da *urbi*. Num passeio pela História veremos que desde as civilizações mesopotâmicas, passando pelas gregas e romanas, a origem das cidades está diretamente relacionada ao espaço público, do qual surge também o espaço privado. Neste sentido é impossível pensar, imaginar ou construir o espaço público sem o privado, e o inverso.

A vida urbana e conseqüentemente a vida coletiva ocorre nesse espaço, o qual, ao mesmo tempo em que tem uma função utilitária, também é o local do contemplativo, do lazer. É o local por definição da convivência cidadã e o espaço político por excelência. Na era moderna/contemporânea, diversos urbanistas, tais como Georges-Eugène Haussmann, Ildefonso Cerdà e Le Corbusier, imaginaram e teorizaram o espaço urbano como único e indivisível e exposto ao olhar de todos.

No entanto, a sociedade pós-moderna tem vivenciado uma profunda modificação dos hábitos sociais, decorrentes principalmente da inserção da mulher de forma definitiva no mercado de trabalho, que passa a não dispor do tempo para

fazer compras e cuidar da casa como ocorria no período anterior aos anos 1950. A falta de tempo, agora de ambos os provedores do lar, fez com que surgissem novas formas de comércio, dando origem aos grandes centros comerciais e supermercados, conforme discutido de forma aprofundada no Capítulo 1 deste trabalho, reduzindo de forma significativa aquelas relações que ocorriam no espaço público.

Situação esta que ainda é mais evidente nas cidades brasileiras, que já foram projetadas sem o devido valor ao espaço público e se desenvolveram valorizando ainda menos esses locais, dando ênfase aos espaços privados. Associada a isso, verificamos ainda, embora tardia se comparada a outros países, uma rápida aceitação do público às novas formas de consumo baseadas nas grandes superfícies comerciais e mais recentemente inclusive no próprio modo de morar, vide a grande expansão dos condomínios horizontais fechados por todo o país, inicialmente destinados às classes mais altas e hoje já sendo adotados pelas classes médias e médias baixas.

Portanto, acreditamos que, no início, para atrair novamente a população a frequentar o espaço público é necessário que, paralelamente a algumas medidas de ordem urbanística que apresentaremos a seguir, seja crucial que se realizem ações no sentido de resgatar valores de coletividade e de reconhecimento como agente social e político de determinado espaço.

Neste sentido, podemos citar uma das primeiras ações realizadas pela municipalidade de Barcelona na adoção da política de revitalização de sua área central, iniciada após a eleição da mesma como sede das Olimpíadas de 1992. Tais ações deram origem ao planejamento estratégico da cidade, adotado como modelo por diversas outras localidades, embora tenha suas vantagens e desvantagens.

Trata-se da campanha conhecida como “*Barcelona Posa’t Guapa*”, cuja tradução para o português seria “Barcelona, torne-se bonita”.

A campanha possuía vários objetivos, o primeiro e mais importante, de resgatar o valor tanto sentimental como patrimonial do centro da cidade; o segundo, bem específico da cidade, de valorizar a cultura catalã, que vinha sendo reprimida de forma brutal nos anos anteriores pelo governo central de Franco; e o terceiro, de preparar a população para uma série de transformações que viriam a ocorrer no bairro.

Assim, acreditamos ser de suma importância criar as condições para que se promova a melhoria do espaço público como um todo no Bairro Centro de Uberlândia, inicialmente por meio de uma maior participação da população residente e que trabalha na região, proposta esta que no fundo é comum aos quatro temas que tratamos neste último capítulo e deve ser o ponto inicial de qualquer projeto que vise uma melhoria tanto da qualidade de vida daqueles que ali moram e trabalham, como da experiência dos visitantes.

Quanto às propostas urbanísticas, a primeira ação já se encontra em desenvolvimento, que é a manutenção dos principais espaços públicos do bairro, as praças, localizadas tanto no Bairro Centro como no Fundinho. Embora tenha sido realizada no último ano, deve ser uma medida adotada de forma contínua e não se restringir à simples manutenção dessas áreas, mas sim buscar melhorá-las constantemente. Entre as medidas de melhoramento podemos citar a troca de mobiliário urbano e a disponibilização de sistemas de *wi-fi* (acesso à internet) livre e gratuito em todas as praças (já presente em algumas).

Outra ação que pode ser adotada é o aumento do número de eventos realizados nas praças, que podem ser tanto culturais, como relacionados às

atividades esportivas, de saúde e inclusive comerciais, buscando criar eventos fixos que se tornem referência para a população e possam dinamizar não só as próprias praças, mas todo o entorno. Neste sentido, temos vários exemplos no Brasil, como feiras de antiguidades, artesanato, esportivas, culturais e gastronômicas realizadas todas as semanas nas Praças Benedito Calixto e Liberdade em São Paulo; General Osório no Rio de Janeiro; Japão e Espanha em Curitiba, entre tantas outras. É possível, para tanto, aproveitar-se da feira gastronômica, que já ocorre na cidade uma vez por mês em locais distintos, e torná-la semanal, talvez itinerante num primeiro momento para promover os diversos espaços, e atrair outros segmentos para fortalecê-la e transformá-la numa referência.

Uma terceira proposta, que ganha mais força com a anterior, é o fechamento de algumas vias da região central aos domingos, tornando-as áreas de uso exclusivo para pedestres, ciclistas, patinadores e todas as variantes não motorizadas, durante um determinado período do dia, como já adotado em diversas cidades brasileiras, como o Minhocão em São Paulo, a Avenida Atlântica no Rio, o Eixão em Brasília, transformando o espaço em uma rua de lazer e estimulando o comércio local. Lembrando que no caso de Uberlândia seria necessária a participação ativa da SETTRAN, uma vez que, diferentemente dos casos anteriores, existem residências em todas as ruas e avenidas, cujos moradores devem ter garantidos seus direitos de ir e vir. Isso já acontece em ruas onde ocorrem feiras livres, necessitando apenas de uma adaptação e conscientização dos moradores locais.

Proposta que também poderia ser adaptada às ruas do Bairro Centro, onde o entretenimento noturno é mais presente. Poder-se-ia fechar o trânsito de veículos a

partir das 22 horas às sextas e sábados, dias de maior movimento, de forma a permitir maior mobilidade do público que frequenta o local.

Também é necessário melhorar a iluminação das praças e ruas do bairro, para que a experiência do uso das mesmas seja prazerosa tanto no período diurno quanto noturno. Embora num primeiro momento possa parecer algo de pouca importância, diversos estudos, como aquele apresentado por Gardner (1999), mostram que a adoção de uma iluminação pública adequada é capaz de melhorar sensivelmente a qualidade do uso dos espaços públicos.

A proposta final em relação à melhor utilização dos espaços públicos e aumento das atividades de lazer no Bairro Centro é adaptação da região à atividade turística. Atualmente há um fluxo importante de turistas na cidade, composto principalmente pelos segmentos de turismo de negócios e eventos, que frequentam pouco o Bairro Centro. Para incrementar a visita dos turistas à região, além de adotar as propostas citadas anteriormente, é importante que se crie uma atração turística no local, por meio da implantação de algumas medidas, tais como: a adoção de uma sinalização turística adequada, a instalação de um centro de informação turística e o desenvolvimento de um circuito turístico.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para compreender a dinâmica dos espaços de consumo e lazer existentes no Bairro Centro e Zona Sul de Uberlândia foi necessário percorrer um longo caminho. Inicialmente tentamos entender a origem do consumo moderno e sua rápida evolução nos últimos dois séculos, que nos transformou em uma sociedade cujas relações são cada vez mais baseadas neste consumo, quer seja dos bens materiais, dos serviços ou do espaço, muito bem caracterizada por Lipovetsky (2007) como a sociedade do hiperconsumo.

Nessa nova sociedade vemos a redução drástica do ciclo de vida do produto, que passa a ser concebido já com prazo de validade determinado; a supervalorização da imagem e das marcas, as quais se tornam mais importantes que as características do próprio produto; e um crescente foco na experiência, criando assim a economia do imaterial.

Buscamos também apresentar de que maneira o comércio, principal responsável pelo consumo varejista, se desenvolveu nesse mesmo período e quais foram suas implicações no crescimento urbano das cidades, em especial em função do surgimento de novos formatos, com destaque para as grandes superfícies comerciais, que promoveram novos estilos de vida e novas formas de consumo, com impacto profundo nas relações sociais, econômicas, culturais e políticas dos cidadãos.

Em seguida, foi realizada uma discussão sobre o centro e a centralidade na contemporaneidade, sendo apresentadas as dinâmicas que ocorrem na área central nas metrópoles e cidades médias, bem como as intervenções que vêm sendo realizadas por parte do Poder Público para valorizar esse espaço, o qual, devido ao seu próprio envelhecimento e perda de importância em função do surgimento de novas centralidades, passa por um processo natural de mutação. Utilizamos como

exemplos para ilustrar a situação os estudos de caso das cidades de Lisboa e São Paulo, nas quais já havíamos desenvolvido trabalhos sobre essa temática anteriormente.

Por fim, foi dedicado um grande esforço à análise detalhada da área de estudo, que compreendeu o Bairro Centro, seu entorno e parte da Zona Sul de Uberlândia, por meio de um levantamento minucioso do uso e ocupação do solo, de sua legislação e da dinâmica comercial desses setores; e posterior diagnóstico da situação atual, sem os quais não seria possível conseguir a especificidade que se pretendia atingir com este trabalho.

Ao final desse esforço entendemos que a hipótese inicial do trabalho, de que o Bairro Centro se encontrava degradado e que a consolidação, tanto residencial como comercial, de parte da Zona Sul de Uberlândia, cuja proximidade e ocupação por parte das classes de maior poder aquisitivo da sociedade, identificada por meio do aumento expressivo do número de condomínios horizontais fechados de alto padrão e da abertura de uma série de novos empreendimentos comerciais, como de um novo *shopping center*, o Uberlândia Shopping, de uma série de *street malls* e um comércio e serviço de luxo especializados, contribuiria ainda mais com esse processo, mostrou-se errada.

Entendemos que o desenvolvimento da Zona Sul, pelo menos da forma como ocorreu até o presente momento, não pode ser caracterizado como ameaça direta à dinâmica comercial e residencial atual do Bairro Centro, uma vez que possui características distintas e um público-alvo específico. Ao contrário, é possível que o próprio crescimento desse setor venha até a contribuir para maior valorização da área central, pois há uma proximidade física entre ambos que pode ser explorada quando a ocupação dos bairros da Zona Sul for mais intensa - e também existe uma

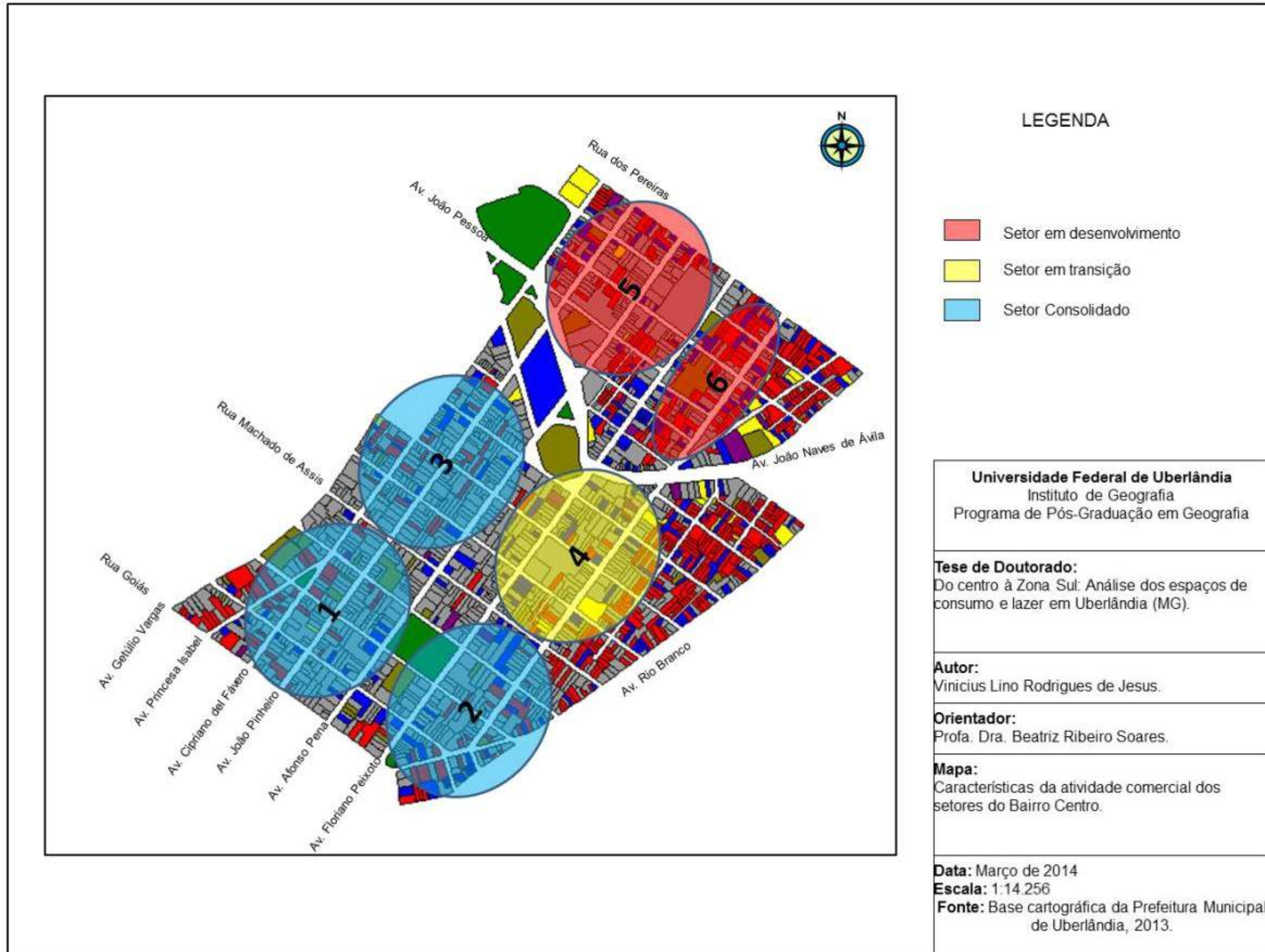
série de restrições (de ordem econômica, legislativa e urbana), apontadas ao longo do trabalho, para o desenvolvimento de uma estrutura comercial mais diversificada no setor, o que pode fortalecer aquela existente no Bairro Centro.

O que se verificou durante o trabalho é que o Bairro Centro como um todo não se encontra degradado, mas sim possui características e dinâmicas próprias que foram se alterando no decorrer dos anos e resultaram em processos espaciais distintos, facilmente identificados de acordo com o setor do bairro que analisamos.

Foram identificados seis setores no bairro, os quais tiveram uma delimitação didática no trabalho, em função de alguns eixos viários principais, não sendo possível separá-los de forma categórica, uma vez que não se trata de um espaço homogêneo, mas sim em constante transformação.

Cada um desses setores possui características distintas, que foram apresentadas de forma detalhada neste trabalho. A atividade comercial se encontra bastante consolidada em pelo menos três deles, em fase de transição em um e em fase de desenvolvimento em outros dois, que apresentam uma similaridade maior com a Zona Periférica do Centro, conforme apontado no mapa a seguir.

Mapa 73 – Uberlândia (MG) - Caracterização da atividade comercial do Bairro Centro – 2014



Fonte: JESUS, V.L.R., 2014.

É importante observar que há uma relação direta entre o preço do solo e o seu nível de desenvolvimento, sendo os setores 1, 2 e 3 aqueles onde se encontra a estrutura residencial de melhor qualidade, em especial de condomínios verticais, bem como a atividade comercial de maior valor agregado, com destaque para os serviços de saúde, financeiro, educacional e de profissionais liberais; bem como o comércio de alimentação e entretenimento, lojas de departamento, vestuário e óticas/joalherias, realidade ainda incipiente nos demais setores do bairro, cuja dinâmica tanto residencial quanto comercial ainda guarda características do antigo Bairro Operário/Industrial, bem como sofre influência do Terminal Central do SIT, principal da cidade, que lhe confere um aspecto de “comércio de passagem”.

Se por um lado verificamos que o Bairro Centro vem perdendo no decorrer dos anos algumas das funções típicas de um *Central Business District*, como as sedes das empresas e as instituições governamentais, por outro lado identificamos o aumento da atividade comercial, em especial do setor de serviços, e do fluxo de pedestres e veículos, além da retomada do processo de verticalização, que se estabilizara ainda na década de 1990, típicos de uma cidade em transição que passou por uma série de processos espaciais, culminando na expansão da cidade e no surgimento de novos subcentros em sua malha intraurbana.

Em parte, essas alterações são decorrência da própria mudança nos estilos de vida e dos hábitos de consumo da população em geral, e da emergência de novas classes sociais, denominadas C e D, que passam a fazer parte dos novos consumidores, antes restritos às classes A e B. Sociedade esta, que no caso brasileiro, adota o *shopping center* como o templo do consumo dos bens materiais, deixando em segundo plano o comércio de rua, típico de áreas centrais.

Todavia, esse processo não ocorre de forma linear e clara. Se por um lado parte da sociedade de maior poder aquisitivo adota os grandes centros comerciais como local principal de consumo, abandonando o comércio tradicional de rua; por outro as classes emergentes utilizam esses espaços para um consumo mais eventual e principalmente como local de lazer e entretenimento, fazendo ainda uso intenso do comércio de rua, quer seja no centro tradicional ou nos novos subcentros que surgem na cidade. Da mesma forma, os grupos sociais vêm adotando o comércio eletrônico como uma alternativa de consumo, principalmente por oferecer preços melhores que o varejo de loja, bem como se utilizam de um comércio e serviços específicos que não se encontra nessas grandes superfícies comerciais, e sim na rua.

Assim, o que percebemos é uma diversidade de tipologias comerciais que coexistem de forma pacífica, adequando-se ao perfil do consumidor local, seja o comércio de rua; as pequenas e médias superfícies comerciais, como no caso dos *street malls* e lojas de departamentos; ou as grandes superfícies, como no caso dos *shopping centers* e hipermercados; e até mesmo o comércio informal, localizado nos camelódromos; todas ainda presentes no Bairro Centro de forma mais ou menos intensa.

Entretanto, se por um lado ainda encontramos essa diversidade, por outro cada vez há menos espaços para os pequenos empresários. Neste sentido, os proprietários de terra, as franquias, as redes e os grandes investidores passam a controlar tanto o capital imobiliário, como o a própria atividade comercial do Bairro Centro de Uberlândia.

Porém, verificamos que o perfil dos usuários e a localização ainda são fatores decisivos na dinâmica comercial do Bairro Centro: quanto mais próximo do Terminal

Central do SIT, mais popular é o comércio; e quanto mais próximo dos Bairros Lídice e Fundinho, mais alto é o padrão comercial. De certa forma este é o grande desafio do bairro: promover a mistura de grupos sociais e tornar-se um local agradável pelas suas características ambientais e urbanas, de forma a atrair todo e qualquer tipo de público, comércio e serviço, uma vez que a sua renovação não pode ser baseada simplesmente no embelezamento e numa mudança que promova a gentrificação do local.

Para tanto, propomos no trabalho a adoção de três propostas básicas para a sua renovação urbanística. A primeira, quanto à parte legislativa, visando à adoção de políticas públicas que transformem a imagem do bairro e organizem, do ponto de vista do uso e ocupação do solo, o seu desenvolvimento. A segunda, de caráter ambiental, que promova profunda alteração no desenho urbano das vias locais, de forma a humanizar o espaço público e priorizar o pedestre; e a terceira, no âmbito econômico, com o objetivo de atrair determinadas atividades comerciais que possam ser agentes catalisadoras de uma transformação mais profunda na dinâmica comercial do bairro.

Finalmente, temos em conta que ao analisar as cidades médias em transição do interior²⁷, que não fazem parte das regiões metropolitanas do país, bem como daquelas outras 24 cidades médias, também do interior, que segundo os dados do censo do IBGE de 2010 possuíam população entre 300 mil e 500 mil habitantes, não é possível adotarmos um modelo padrão ou uniforme, seja de seus processos de urbanização, ou da situação atual de suas áreas centrais.

²⁷ Atualmente encontramos pelo menos 8 cidades do interior com mais de 500 mil habitantes segundo os dados do censo de 2010 do IBGE, a saber: São José dos Campos; Ribeirão Preto, Uberlândia, Sorocaba; Feira de Santana, Joinville; Juiz de Fora e Londrina. Todas com taxas de crescimento populacional positivas e superiores a 10% na última década.

Cada cidade possui características próprias que devem ser levadas em conta na hora de analisar suas áreas centrais, tanto do ponto de vista espacial e topográfico, como em relação à sua dinâmica inter-regional, ora funcionando como um grande centro polarizador, ora como uma cidade mais independente. Além dos aspectos locacionais, também é importante levar em conta os aspectos históricos da formação e evolução urbana, econômica e social de cada região, itens que podem exercer influência significativa na situação atual de sua área central.

Todavia, na maior parte dessas cidades podemos verificar uma tendência em comum: a consolidação das grandes superfícies comerciais como formatos de comércio, com destaque para os *shopping centers*; o crescimento dos condomínios horizontais fechados no entorno da área central ou do perímetro urbano; certa popularização do comércio nas áreas centrais; e o fortalecimento do setor de serviço nestas mesmas áreas.

Por fim é importante destacar que os estudos realizados neste trabalho possuem um corte temporal e espacial específico e que o forte crescimento urbano pelo qual a cidade passa exige que os mesmos sejam refeitos em um futuro próximo a fim de determinar quais os reais impactos - relativos à consolidação da Zona Sul da cidade, que ainda se encontra em fase de maturação, e ao surgimento de novos vetores de crescimento - terão tanto na dinâmica comercial do Bairro Centro, como da cidade como um todo.

Em Uberlândia verificamos o surgimento de uma nova centralidade, na Zona Leste, que no decorrer deste trabalho foi contemplada com o projeto de um novo *shopping center* e um novo loteamento inovador, a Granja Marileusa, concebido para unir no mesmo espaço áreas corporativas, empresariais, de comércio, serviços

e residenciais. O simples lançamento deles já vem atraindo uma série de novos investimentos na região, que pretende ser o mais autônoma possível.

Nesse sentido verificamos que a centralidade deixou de ser um atributo exclusivo do Centro enquanto lugar e que o Centro deixou de ser o lugar exclusivo e referencial da centralidade, conforme apontado por Tourinho (2004, p.411). Desta forma a cidade passa a ser composta por uma efetiva (poli)multicentralidade cuja consequência é a consolidação dos subcentros já existentes e o surgimento de novos, que ora funcionam de forma complementar e ora concorrente ao Centro tradicional.

BIBLIOGRAFIA

ADAMS, Betina. **Preservação urbana: gestão e resgate de uma história.** Florianópolis: Ed. da UFSC, 2002.

AMARAL, Maria; ROCHA, Everardo. *Consumo e entretenimento: a loja de departamentos como espaço de sociabilidade (1830-1930).* **Comunicação, Mídia e Consumo.** São Paulo: v.6, n.17, pp.143-160, novembro de 2009.

ARAÚJO SOBRINHO, Fernando Luiz. **Produção do espaço e evolução urbana da área central de Uberlândia/MG.** Brasília: Dissertação de Mestrado, FAU-UNB, 1998.

ASCHER, François. **Os novos princípios do urbanismo.** São Paulo: Romano Guerra, 2010.

ATTUX, Denise Elias. **Revitalização urbana em centros históricos:** estudo de caso do Bairro Fundinho. Uberlândia: Dissertação de Mestrado, IG-UFU, 2001.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo.** Lisboa: Edições 70, 1981.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização:** as consequências humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

_____ **Vida de Consumo.** Madrid: Fondo de Cultura Económica, 2007.

BARATA, Hermínio Dias. *O porto, a economia regional e o território. In: Estudos para o planejamento regional e urbano 44.* Lisboa: Universidade de Lisboa - Centro de Estudos Geográficos, 1996.

BENCHIMOL, Jaime Larry. **Pereira Passos, um Haussmann tropical.** Rio de Janeiro: Biblioteca Carioca, 1992.

BLANCO, Eduardo; GAMÉZ, Curra. *El centro de Arte Sofia y su entorno urbano: Ilustración, Casticismo y Modernidad. In: LORENTE, Jesus Pedro (org.). Espacios de arte contemporâneo generadores de revitalización urbana.* Zaragoza: Ed. Universidad de Zaragoza, 1997.

BNDES. **A segmentação do comércio varejista.** Brasília: BNDES/Gerência Setorial de Comércio e Serviços, 2000.

BRASIL. **Consumo sustentável**: manual de educação. Brasília: CONSUMERS INTERNATIONAL/ MMA/ MEC/IDEC, 2005.

BRITO, Marcelo. *Subsídios para intervenção em núcleos históricos: Olinda – caso brasileiro*. In: **III Congresso Iberoamericano de Urbanismo – La Ciudad Hispano-Lusa-Americana**. Barcelona, 1988.

CACHINHO, Herculano. Consumactor: da condição do indivíduo na cidade pós-moderna. In: **FINISTERRA**. Lisboa: v.41, n.81, pp. 33-56, 2006.

CÂMARA MUNICIPAL DE LISBOA. **Plano director, 1967**: Livro 1 – Inquérito e Análise. Lisboa: CML, 1967.

_____. **Plano estratégico de Lisboa**. Lisboa: CML, 1992.

_____. **Comércio da Baixa Pombalina de Lisboa**. Lisboa: CML, 1997.

_____. **Revitalização da Baixa-Chiado**: revisão do Relatório – Proposta de setembro de 2006. Lisboa: CML, 2008.

_____. **Relatório da Proposta de Plano de Pormenor de Salvaguarda da Baixa Pombalina**. Lisboa: CML, 2011.

CASAS, Alexandre Luzzi Las; GARCIA, Maria Tereza. **Estratégias de Marketing para Varejo**: inovações e diferenciações estratégicas que fazem a diferença no marketing de varejo. São Paulo: Ed. Novatec, 2007.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação**: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **A questão urbana**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

CASTILHO, Ana Luisa H; VARGAS, Heliana Comin. Intervenções em centros urbanos: Objetivos, estratégias e resultados. In: CASTILHO, Ana Luisa H; VARGAS, Heliana Comin (org). **Intervenções em centros urbanos**: objetivos, estratégias e resultados. Barueri: Manole, 2009, p.1-51.

CASTRO, Luiz Guilherme Rivera. *São Paulo e sua área central: planos, políticas e programas recentes*. **PÓS – REVISTA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARQUITETURA E URBANISMO**. São Paulo: FAU/USP, n. 13, pp. 60-85, jun. 2003.

CHANEY, David. **Estilos de vida**. Madrid: Ediciones Talasa, 2007.

COORDENADORIA GERAL DE PLANEJAMENTO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO PAULO. **Ruas de pedestres**. São Paulo: COGEP/PMSP, 1976.

CORRÊA, Roberto Lobato. Processos Espaciais e a Cidade. In: CORRÊA, Roberto Lobato. **Trajetórias Geográficas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997, p.121-143.

_____. *Área Central – mudanças e permanências: uma retrospectiva*. In: Anais – IX Simpósio Nacional de Geografia Urbana. **Cidades: territorialidade, sustentabilidade e demandas sociais**. Manaus – AM, 18 a 21 de outubro de 2005.

DECCA, Edgar Salvadori. **O nascimento das fábricas**. São Paulo: Editora Brasileira, 1991.

EMPRESA MUNICIPAL DE URBANIZAÇÃO – EMURB. **Caminhos para o Centro: estratégias de desenvolvimento para a região central de São Paulo**. São Paulo: PMSP/ CEBRAP / CEM, 2004.

EVANGELISTA, Cleiber Wesley; NOVAIS, Giuliano Toste. Descentralização do Centro e a formação dos subcentros em áreas periféricas de Uberlândia Minas Gerais (BRASIL). In: Encontro de Geógrafos de América Latina, Peru, 2013.
FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERREIRA, William Rodrigues. **O espaço público nas áreas centrais: a rua como referência – um estudo de caso em Uberlândia-MG**. São Paulo: Tese de Doutorado, FFLCH-USP, 2002.

FREIRE FILHO, João. Mídia, consumo cultural e estilo de vida na pós-modernidade. **ECO-PÓS**. Rio de Janeiro: v.6, n.1, pp. 72-97, janeiro-julho de 2003.

GASPAR, Jorge. **A dinâmica funcional do centro de Lisboa**. Lisboa: Livros horizontes, 1985.

GOTTDIENER, Mark. **A produção social do espaço urbano**. São Paulo: EDUSP, 1997.

HALL, Peter. **Cidades do amanhã**. Uma história intelectual do planejamento e do projeto urbanos do Século XX. São Paulo: Perspectiva, 1995.

HOBSBAWM, Eric J. **Era dos extremos: o breve século XX, 1914-1991**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

IPHAN. **Cartas Patrimoniais**. Brasília - DF: IPHAN, 1995.

JACOBS, Jane. **Morte e vida de grandes cidades**. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

JACQUES, P.B; VAZ, L.F. A cultura na revitalização urbana: espetáculo ou participação? **Espaços & Debates**. São Paulo: v. 23, n.43-44, pp.129-140, jan/dez 2003.

JOSÉ, Beatriz Kara. **A instrumentalização da cultura em intervenções urbanas na área central de São Paulo: 1975 – 2000**. Dissertação de Mestrado. São Paulo, FAU-USP, 2004.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. São Paulo: Ed. Atlas, 2000.

LAPA, Tomás; ZANCHETI, Silvio. Conservação integrada urbana e territorial. *In*: ZANCHETI, Silvio (org.). **Gestão do patrimônio cultural integrado**. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2002.

LEVY, Michael; WEITZ, Barton A. **Administração de varejo**. São Paulo: Ed. Atlas, 2000.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

_____. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo**. Lisboa: Edições 70, 2007.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Plano de ação para produção e consumo sustentáveis** – PPCS. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2011.

MOACYR, Gustavo Bueno. **Shopping Centers: Atualidade Brasileira da Tendência Mundial**. Informativo SENAC, n. 232. Brasília: Senac/DF, 1998.

MOURA, Gersa Gonçalves e SOARES, Beatriz Ribeiro. *A periferia de Uberlândia/MG: da sua origem até a sua expansão nos anos 1990*. **CAMINHOS DA GEOGRAFIA**. Uberlândia: v.10, n.32, pp.22-40, dezembro de 2009.

MOURA, Thais Lacava. **Formato de varejo de alimentos: um estudo sobre as preferências do consumidor**. São Carlos: Dissertação de Mestrado, PPGEP/UFSCar, 2005.

OLIVEIRA, Bianca S. Uberlândia: imagens e representações do Bairro Fundinho. Uberlândia: UFU, 1998. (Relatório).

PARENTE, Juracy. **Varejo no Brasil: gestão e estratégia**. São Paulo: Ed. Atlas, 2000.

PEREIRA, Margarida; TEIXEIRA, José Afonso; CRUZEIRO, Maria Fernanda. *Revitalização do comércio tradicional e coexistência com novas actividades comerciais na Baixa Pombalina*. In: **Baixa Pombalina: bases para uma intervenção de salvaguarda**. Lisboa: Câmara Municipal de Lisboa, 2005.

PROCENTRO. **Reconstruir o Centro: reconstruir a cidade e a cidadania**. São Paulo: PROCENTRO – Programa de Valorização do Centro/ Administração Regional da Sé, 2001.

RAMIRES, Júlio Cesar de Lima. **A verticalização do espaço urbano de Uberlândia: uma análise da produção e consumo da habitação**. São Paulo: Tese de Doutorado, FFLCH-USP, 1998.

RIBEIRO FILHO, Vitor. *A área central e sua dinâmica: uma discussão*. **REVISTA SOCIEDADE & NATUREZA**, v. 16, pp.15-167, 2004.

RIVOL, Sergi Martínez. **El retorn al centre de la ciutat**. La reestructuració del Raval entre la renovació i la gentrificació. Barcelona: Tese de Doutorado, DGH-UB, 2000.

SENNETT, Richard. **A cultura do novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2006.

SETTRAN –PMU. **Estatísticas do SIT – Sistema Integrado de Transporte**: dados Técnicos do CTA Estatísticas. Uberlândia: SETTRAN-PMU, 2012.

SILVA, Kássia Nunes. **Expansão urbana do setor sul da cidade de Uberlândia-MG**: um estudo dos processos de exclusão e segregação socioespacial. Uberlândia: Dissertação de Mestrado, IG-UFU, 2012.

SILVA, Luis Octavio. *Breve história do centro de São Paulo*: sua decadência e reabilitação. In: SCHICCHI, Maria Cristina; BENFATTI, Dênio (org.). **Urbanismo**: Dossiê São Paulo- Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Oculum, 2003.

SIMÕES JR., J. G. *Revitalização de centros históricos*. **PÓLIS**. São Paulo, n. 19, 74p, 1994.

SOARES, Beatriz Ribeiro. **Uberlândia**: da cidade jardim ao portal do cerrado – Imagens e representações no Triângulo Mineiro. São Paulo: Tese de Doutorado, FFLCH-USP, 1995.

SOCIEDADE DE REABILITAÇÃO URBANA DA BAIXA-CHIADO. **Baixa-Chiado**: proposta de revitalização. Lisboa: SRU - Baixa Chiado, 2006.

TOURINHO, Andréa de Oliveira. **Do centro aos centros**: bases teórico-conceituais para o estudo da centralidade em São Paulo. São Paulo: Tese de Doutorado, FAU-USP, 2004.

VILLAÇA, Flávio. **Espaço intraurbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel/ FAPESP/Lincoln Institute, 2001.