



“O equipamento comercial na Região Metropolitana de Belo Horizonte: entre novas legislações e descentralização”

Autor: Alice Viana de Araújo

Arquiteta-Urbanista formada pela UFMG

Mestre em Planejamento Urbano pela Université de Paris I – Panthéon Sorbonne

Doutoranda em Planejamento Urbano pela Université de Paris IV – Sorbonne

Pesquisadora vinculada ao LAB-URB (Laboratório de Estudos Urbanos e Metropolitanos da UFMG), com Bolsa de Desenvolvimento Tecnológico Científico - Fapemig.

Instituição de origem: LAB-URB UFMG / Université de Paris IV - Sorbonne

Endereço eletrônico: laburb.ufmg@gmail.com ou aliceviana00@gmail.com

1. Objetivos:

O objetivo deste trabalho é estudar as centralidades mais dinâmicas da Região Metropolitana de Belo Horizonte, com foco específico na atividade comercial e sua capacidade de aglutinar experiências: lazer, consumo, cultura e geração de emprego e renda. Neste estudo, observamos a evolução do equipamento comercial da RMBH e analisamos de que maneira as legislações municipais recentes afetam o processo de descentralização da metrópole.

2. Metodologia:

Para a realização deste trabalho foi feita a seleção de uma bibliografia sobre Belo Horizonte que enfatizasse a relação do espaço metropolitano com as atividades de comércio, e de uma bibliografia variada que discutisse o tema da metropolização, da “crise dos centros” e do urbanismo comercial. Foram desenvolvidas entrevistas com diversas instâncias da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte (Secretarias Regionais, Secretaria de Políticas Urbanas, BHTRANS, etc.) com o objetivo de identificar as principais concentrações comerciais e as suas relações com o espaço onde se encontram instaladas, assim como o perfil da população frequentadora destes mesmos. No trabalho de campo foi feito um diversificado levantamento fotográfico, além de entrevistas com



comerciantes e consumidores. Os espaços de comércio foram classificados como tradicionais ou modernos, de acordo com o tipo de equipamento; e local ou metropolitano de acordo com seus alcances. Foi realizado um estudo histórico para verificar o impacto das legislações municipais no processo de ocupação do município, e de que maneira o Plano Diretor e as últimas versões da Lei de Uso e Ocupação do Solo e do Código de Posturas contribuíram para a criação de novas centralidades e para a recuperação dos espaços centrais.

3. Principais resultados obtidos, conclusões:

A Região Metropolitana de Belo Horizonte é formada por 34 municípios, se encontra localizada na região central de Minas Gerais e tem como pólo o município de Belo Horizonte. Belo Horizonte foi projetada para abrigar a capital mineira após a passagem do regime político brasileiro de império para república. Seu plano original foi inspirado nos ideais positivistas que marcaram tal mudança. Atualmente, a cidade consta com 2.399.920 habitantes inseridos em uma área de aproximadamente 331 km² (ARAÚJO, 2005).

Como pólo metropolitano, a cidade de Belo Horizonte apresenta-se como referência em comércios e serviços para os demais municípios da RMBH, sendo as duas centralidades de maior relevância metropolitana o Hipercentro e a região da Savassi, que passou a apresentar uma ocupação comercial mais expressiva em meados de 1960 (LEMOS, 2007). Nestes espaços encontra-se uma grande atividade comercial, com presença tanto do comércio tradicional, representado pelos pequenos comerciantes, quanto do comércio moderno, com estabelecimentos de franquias nacionais e internacionais, supermercados e shopping centers.

Nos demais bairros, a atividade comercial se concentra nas principais vias coletoras, mas apresentam majoritariamente estabelecimentos de comércio local de função cotidiana, como locadoras, farmácias e padarias. Em alguns destes bairros encontram-se galerias comerciais inauguradas nos anos 1970 e 1980, em sua maioria funcionando no pavimento térreo de edifícios comerciais ou residenciais. Grande parte destes exemplos encontra-se em decadência, pois estas galerias não possuem lojas âncoras como fator de atratividade e, ao voltar suas vitrines para o interior de seus corredores internos, não estabelecem relação alguma com a rua. Apesar de contar com certos estabelecimentos, a população das demais regionais encontra-se ainda muito dependente



do comércio da regional Centro-Sul, procurando em seus espaços não apenas o consumo, mas também equipamentos de lazer, educação, saúde e cultura.

Foram observadas também algumas concentrações comerciais que chegam a atingir um alcance metropolitano, devido à sua especialização em algum tipo de produto. Como exemplo temos a Av. Silviano Brandão, considerada “pólo moveleiro”, e a concentração observada nas ruas do bairro Barro Preto, onde as inúmeras confecções conformam um chamado “pólo de moda”.

O primeiro shopping center de Belo Horizonte foi inaugurado em 1979, e trouxe para a capital mineira o que seria a experiência definitiva do consumo após o surgimento dos super e hipermercados. Atualmente, a cidade conta com diversos shoppings distribuídos em sua malha, tanto nas regiões centrais como periféricas. Estes equipamentos se diferenciam uns dos outros pela sua forma - fechada (em forma de caixa com um grande estacionamento descoberto circundante) ou semi-aberta (com pátios internos iluminados pela luz natural) (POUPARD, 2005); pelo nível de sofisticação de sua arquitetura interna e externa e pelas lojas ali presentes, que de certa forma selecionam a clientela freqüentadora do conjunto.

Observa-se, como última tendência em investimentos comerciais, a propagação dos supermercados de bairro e das inovadoras galerias comerciais. Estas galerias se diferenciam daquelas das décadas passadas por sua arquitetura de linhas simples e implantação em forma de praça aberta, voltada para a rua de principal trânsito. Nestes espaços encontramos estabelecimentos de comércio local, porém o maior fator de atratividade são os cafés e restaurantes. Estes são muito freqüentados na hora do almoço e à noite, conformando um espaço de intenso convívio social. As galerias de maior sucesso comercial encontram-se apoiadas por pequenas âncoras como salas de cinema, academias de ginástica e supermercados.

Nos demais municípios da RMBH, a atividade comercial apresenta-se na forma de agrupamentos de pequenos estabelecimentos instalados nas regiões centrais, com pouca rotatividade de comerciantes e pouca diversidade de produtos comercializados. As poucas tentativas de se fortalecer o comércio local com a criação de pequenos shoppings foram em sua maioria frustradas; as poucas lojas ocupadas voltaram para seus pontos iniciais ou fecharam suas portas definitivamente. Esta inexpressividade comercial se dá pela grande proximidade da capital, cuja riqueza e diversidade do equipamento comercial impõem uma concorrência desleal ao pequeno comerciante



periférico. Esta apropriação do centro de Belo Horizonte como opção de consumo, emprego e lazer pelos habitantes dos municípios vizinhos, traz inúmeros problemas para a cidade como um todo. Ao não se desenvolverem economicamente, estes municípios transferem para a capital o gerenciamento de uma massa de desempregados tentando sobreviver através de atividades informais.

Talvez o principal desafio para a capital mineira seja, entre outras medidas voltadas para o desenvolvimento urbano moderno, a recuperação de seu hipercentro de forma duradoura, com a minimização do trânsito, a sua reocupação residencial e o controle das atividades violentas e criminosas. A recuperação do comércio central se torna urgente como “última ferramenta contra a desertificação do coração central e contra o desaparecimento dos universos sociais que constituíam as nossas cidades terciárias” (DESSE, 2001)¹. Lembramos que o esvaziamento dos centros por parte dos moradores, a invasão das grandes marcas de comércio e serviços, a ocupação das vias pelo comércio informal e a depredação de edifícios históricos é observada nas grandes cidades de vários países, independentemente da cultura ou desenvolvimento econômico. (CARRANCA, 1992).

Em Belo Horizonte, essa desvalorização, e conseqüente degradação hipercentral – liderada principalmente pelo setor de serviços, é agravada também com a própria conformação de seu plano, que contém malha viária radial partindo da região central em direção aos bairros periféricos e aos outros municípios que compõem a RMBH. No entanto, a ligação intra e inter-bairros e intra ou inter-municipal é insuficiente ou dificultada pelas várias barreiras existentes, como a topografia, linhas de trem ou cursos d’água. Esta conformação, juntamente com a inexistência de um transporte público mais eficiente, faz com que a passagem pelo centro não seja desejada, mas obrigatória, e por várias vezes um verdadeiro atraso para o cotidiano cidadão. Além de gerar rotas mais longas e confusas, esta condição gera um número de automóveis e coletivos muito maior do que o esperado circulando pela região central, causando engarrafamentos, forte poluição sonora e uma queda na qualidade da imagem urbana destes espaços.

A descentralização torna-se não só desejável, mas vital para a sobrevivência da cidade. Só através de um desenvolvimento mais equilibrado da região metropolitana, com a criação de novas centralidades capazes de gerar emprego e oferecer opções de

¹ Tradução da autora.



lazer, cultura e consumo, veremos surgir espaços dignos para toda a população, central ou periférica.

Em 1996 foi implantado o Plano Diretor de Belo Horizonte, como uma complementação às legislações anteriores, e com o objetivo de estabelecer disposições, diretrizes e políticas para assegurar o desenvolvimento econômico e a intervenção pública na estrutura urbana. Tendo em vista a grande expansão urbana em função da disponibilidade e preço de terrenos, a metrópole se desenvolveu de forma desigual e descontrolada. Os parâmetros utilizados para o desenvolvimento do Plano foram desenvolvidos para estimular um desenvolvimento sócio-econômico mais justo, sendo articulado em torno das regionais para gerar uma distribuição igualitária de emprego e renda. Assim, a estratégia principal utilizada foi a de garantir a descentralização e a difusão de atividades com a redução da limitação de usos, a revisão da hierarquia do sistema viário e a estimulação de competição entre as centralidades (LEMOS, 2004).

O Plano Diretor de 1996 foi complementado em 2003 com a implantação do novo Código de Posturas, que agiu diretamente sobre a atividade comercial ao estipular prazo máximo para a retirada do comércio informal das vias. Com a retirada das centenas de “camelôs” das ruas do hipercentro iniciou-se um processo de recuperação da imagem do mesmo, continuada pela reforma da Praça Sete de Setembro, pela recuperação de algumas fachadas de edifícios históricos ocupados pelo comércio e pela instalação de câmeras de segurança nas ruas. Estas duas últimas operações foram feitas em parceria com a CDL-BH² em harmonia com as diretrizes do Plano Diretor, que incentiva as parcerias entre os poderes público e privado – as chamadas “operações urbanas”.

Em uma última análise, conclui-se que as legislações mais recentes já tecem impactos positivos na malha urbana, mas faz-se urgente a criação de outras legislações complementares. Dentre elas, destacamos a criação de um Plano Diretor Metropolitano, capaz de criar uma melhor articulação entre os municípios, e de Planos Diretores Regionais, que visem o desenvolvimento das nove regionais que compõem a capital. Com pensamentos voltados simultaneamente para os micros e macro-espacos, novas centralidades se desenvolverão, possibilitando um crescimento pleno e sustentável para a Região Metropolitana como um todo.

4. Principais referências bibliográficas:

² Câmara de Dirigentes Lojistas de Belo Horizonte



ARAUJO, A.V.d., *L'évolution de l'appareil commercial de Belo Horizonte*. Dissertação de mestrado. *École Doctorale de Paris*. 2005, Université de Paris I - Panthéon Sorbonne: Paris. p. 117.

CARRANCA, M.A., *Retail and urban conservation*, in *Commerce, aménagement et urbanisme commercial - Actes du colloque international*, T.B. Salgueiro, Editor. 1992, Universidade de Lisboa: Lisboa. p. 289-296.

DESSE R. P. *Le nouveau commerce urbain*. Rennes : Les PUR, 2001, 198 p. (Coleção Espaces et Territoires)

LEMOS, C.B. *A questão intra-urbana - Questões urbanísticas e socioculturais do município de Belo Horizonte*. Projeto Belo Horizonte no século XXI. 2004, Belo Horizonte: Cedeplar. 235 p.

LEMOS, C.B., *A Formação da Savassi como uma Centralidade Belo-Horizontina – A Cultura do Consumo, Passagens e Territorialidades*. 2007, UFMG: Belo Horizonte. p. 20.

POUPARD, J.-M., *Les centres commerciaux: De nouveaux lieux de socialité dans le paysage urbain*. Logiques Sociales, ed. B. Péquignot. 2005, Paris: L'Harmattan. 163 p.