UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
Faculdade de Arquitetura e Urbanismo
PROARQ - Programa de Pós-Graduação em Arquitetura

B ELVEDERE III:

Um estudo de caso sobre a influência do mercado imobiliário
na produção da paisagem e espaço urbanos

por

Flávia Pereira Amorim

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Arquitetura, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Ciências em Arquitetura, dentro da linha de pesquisa: Cultura, Paisagem e Ambiente Construído.

Orientador: Dr. Vera Regina Tângari

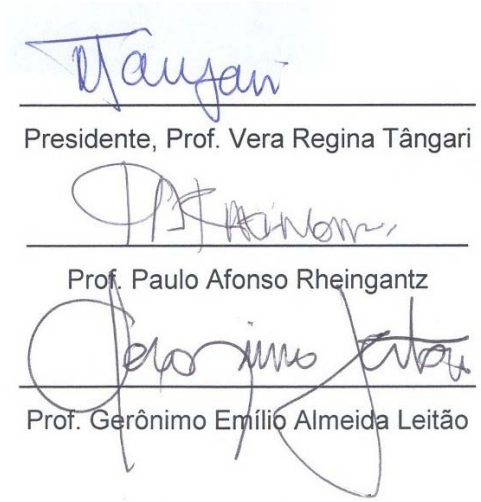
Rio de Janeiro
Maio de 2007

BELVEDERE III:

Um estudo de caso sobre a influência do mercado imobiliário
na produção da paisagem e espaço urbanos
por
Flávia Pereira Amorim
Orientador
Dr. Vera Regina Tângari

Dissertação de Mestrado submetida ao Programa de Pós-graduação em Arquitetura, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, da Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Ciências em Arquitetura, dentro da linha de pesquisa: Cultura, Paisagem e Ambiente Construído.

Aprovada por:



Rio de Janeiro
Maio de 2007

AMORIM, Flávia Pereira

Belvedere III: Um estudo de caso sobre a influência do mercado imobiliário na produção da paisagem e espaço urbanos. UFRJ / FAU / PROARQ, 2007.

xi, 168.: il.; 31 cm.

Orientador: Vera Regina Tângari.

Dissertação de Mestrado – UFRJ/ PROARQ/ Programa de Pós-graduação em Arquitetura, 2007.

Referências Bibliográficas: f. 89-95.

1. Belvedere III – Belo Horizonte, MG. 2. Mercado Imobiliário. 3. Expansão Urbana 4. Marketing Imobiliário 5. Paisagem Urbana. I. Tângari, Vera Regina. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Programa de Pós-graduação em Arquitetura. III. Belvedere III: Um estudo de caso sobre a influência do mercado imobiliário na produção da paisagem e espaço urbanos.

RESUMO

BELVEDERE III: Um estudo de caso sobre a influência do mercado imobiliário na produção da paisagem e espaço urbanos.

Flávia Pereira Amorim

Orientadora:
Vera Regina Tângari

O presente trabalho apresenta uma análise da influência do mercado imobiliário na produção do espaço da paisagem urbana, por meio de um estudo de caso: o bairro Belvedere III, em Belo Horizonte, localizado na Serra do Curral, uma área de reserva ambiental de grande importância na recarga fluvial do sistema hídrico da região, protegida por diversos instrumentos legais e tombada desde 1960 pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN. As questões centrais incluem a reflexão crítica sobre o processo de ocupação e crescimento do bairro, dentro do contexto da cidade, obtido através da modificação da legislação urbanística para permitir condomínios verticais destinados a faixas de renda elevada, e sobre os impactos sociais e ambientais provocados. Busca identificar o papel do mercado imobiliário na formação do parcelamento e valorização da terra e no uso de instrumentos de *marketing* para a formação de uma nova identidade de moradia para a cidade.

Palavras-chave: Belvedere III – Belo Horizonte, MG, expansão urbana, mercado imobiliário, paisagem urbana.

Rio de Janeiro
Maio de 2007

ABSTRACT

BELVEDERE III: A case study about the real state market influence on the urban landspace and built environment production

Flávia Pereira Amorim

Advisor: Vera Regina Tângari

Abstract da Dissertação de Mestrado submetida ao Programa de Pós-graduação em Arquitetura, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, da Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Ciências em Arquitetura.

This research presents an analysis of the real state market influence on the urban built environment and ladscape production, through a case study: the Belvedere III neighborhood, in *Belo Horizonte*, located on *Serra do Curral* surroundings, an environmental protection reserve area of great importance for the fluvial recharge of the regional hydrological system, protected by several preservation laws and institutions, including, since 1960, the National Institute of Historical and Artistic Patrimony (IPHAN). The central subjects include the discussion about the urban occupation and growth processes, made possible through changes in the urbanistic legislation to allow vertical condominiuns for high income population, and the consequences over the social and natural environments. It aims to identify the real state market role on stablishing land parcelling and value profile and on the use of marketing tools to produce a new living standard for the city.

Kew-words: *Belvedere* III, *Belo Horizonte*, urban expansion, real state market, urban landscape.

Rio de Janeiro

May, 2007

Para minha família,
porque este trabalho é o resultado de seu apoio incondicional,

e para os amigos queridos que se tornaram
a minha família no Rio de Janeiro.

Agradecimentos

Este trabalho é resultado de dois anos de dedicação e compromisso quando contei com o apoio e carinho de pessoas que sempre foram, e algumas que se tornaram, muito importantes para mim às quais gostaria de agradecer:

Em primeiro lugar quero agradecer aos meus pais e meus irmãos pelo incentivo constante, em especial ao Mateus, que me auxiliou nas pesquisas de campo e idas à prefeitura de Belo Horizonte; aos meus tios, em especial Jacira e Jonila Amorim; meus primos, especialmente Evandro Lorens, Jaime e Jane, Ester e Arlindo, Rute e Edison, agradeço a vocês pelo apoio sem o qual seria impossível concluir este trabalho.

Aos meus amigos do PROARQ-FAU/UFRJ que se tornaram a minha família no Rio de Janeiro, obrigada pelo carinho e cuidado, essenciais para a minha permanência aqui, em especial ao Luis Vasconcellos, Denise Alcântara e Lorena Castello.

Aos professores da EAU-UFMG, FAU-UFRJ e FAU-USP pelo tempo dedicado às respostas às minhas questões e cooperação no trabalho e contribuição para o meu crescimento profissional e acadêmico, em especial aos professores membros da banca de avaliação pelas valiosas considerações: Dr. Paulo Afonso grande mestre, incentivador e amigo muito querido, Dr. Jonathas Magalhães, sempre atencioso e Dr. Gerônimo Leitão. Agradeço também à Prof. Dr. Stael Alvarenga, querida amiga e eterna orientadora, à Prof. Marieta Maciel, ao Prof. Sílvio Macedo, Prof. Laís Bronstein, Prof. Cristiane Duarte e Prof. Beatriz Oliveira.

A Arquiteta e professora da UFRJ Dr. Maria Ângela Dias, diretora do Escritório Técnico da UFRJ e minha chefe, pelo carinho e compreensão.

À Márcia Poppe e Eliene Tozetto, mestres, formadas no PROARQ-UFRJ, e arquitetas do ETU-UFRJ, obrigada pela “consultoria”.

À Associação de Amigos do Bairro Belvedere, AABB, por me receber e permitir o acesso às informações. Aos editores do Jornal Belvedere por me cederem todos os exemplares publicados para a pesquisa.

À minha orientadora e amiga, Prof. Dr. Vera Tângari, obrigada pela orientação, supervisão, coordenação e apoio, por entender minhas limitações e ter paciência para ampliar meus horizontes.

A todos que cooperaram direta ou indiretamente para a conclusão deste trabalho, meu muito obrigado...

Sumário

Resumo	**iv**
Abstract	**v**
Agradecimentos	**vii**
Lista de Siglas	**ix-x**
Lista de Figuras	**xi-xiv**
Lista de Quadros	**xiv**
Lista de Gráficos	**xv**
INTRODUÇÃO	**16**
CAPÍTULO I - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	27
1.1 – Expansão urbana, o deslocamento de centralidades e a formação de uma identidade residencial de alta renda	28
1.2 – Dinâmica do Mercado Residencial	38
1.3 – Estratégias de marketing e a padrões arquitetônicos da casa ideal	45
1.4 – Paisagem: observação, ação e reação	53
CAPÍTULO II – DELIMITAÇÃO DO RECORTE	**58**
2.1 – Localização e características	59
2.2 – Contexto urbano	67
2.3 – Origens do Belvedere III	74
2.4 – O processo de criação do bairro	76
CAPÍTULO III – CARACTERÍSTICAS DO MERCADO IMOBILIÁRIO E ARQUITETURA PRODUZIDA NO BAIRRO BELVEDERE III	**85**
3.1 – Perfil do público-alvo	91
3.2 – Produto comercializado	96
3.3 – Estratégias de marketing	114
CAPÍTULO IV – ANÁLISE CRÍTICA DA ARQUITETURA E SEU REFLEXO SOBRE A PAISAGEM	**121**
4.1 – Impactos decorrentes da ocupação do bairro	122
4.2 – Ensaio comparativo ao Belvedere III	130
CONSIDERAÇÕES FINAIS	**139**
Referências Bibliográficas	**149**
Apêndices	**155**
Anexos	**164**

Lista de siglas

AABB – Associação de Amigos do Bairro Belvedere

ADE – Área de diretrizes Especiais

AMBB – Associação de Moradores do Bairro Belvedre

APA – Área de Preservação Ambiental

BNH – Banco Nacional da Habitação

Caixa – Caixa Econômica Federal

CEDEPLAR – Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional

CEMIG – Central de Energia Elétrica de Minas Gerais

CIURB – Compahia Urbanizadora da Serra do Curral

CEZ – Comissão Especial de Zoneamento

CODEURB – Companhia de Desenvolvimento Urbano do Estado de Minas Gerais

COHAB's – Companhias Estaduais de Habitação

COMAM – Conselho Municipal de Meio Ambiente

CONAMA – Conselho Nacional de Meio Ambiente

COPAM – Conselho de Política Ambiental do Estado de Minas Gerais

COPASA – Companhia Saneamento de Minas Gerais

DER – Departamento de Estradas e Rodagens

DNER – Departamento Nacional de Estradas e Rodagens

DPHAN – Departamento de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

EAU-UFMG – Escola de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Minas Gerais

EIA-RIMA – Estudo de Impacto Ambiental – Relatório de Impacto Ambiental

FAU-UFRJ – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Rio de Janeiro

FEEMA – Fundação Estadual de Engenharia do Meio Ambiente

FGTS – Fundo de Garantia por tempo de Serviço

HABITE-SE – documento que atesta que o imóvel foi construído seguindo-se as exigências (legislação local) estabelecidas pela prefeitura para a aprovação de projetos

HSFH – Sistema Nacional de Habitação

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

IEPHA-MG – Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais

IAB – Instituto de Arquitetos do Brasil

IBAMA – Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis

IPEAD – Instituto de Pesquisas Econômicas, Administrativas e Contábeis de Minas Gerais **JK** – Juscelino Kubitschek

LUOS – Lei de Uso e Ocupação do Solo

MA-1 – Modelo de Assentamento 1

PBH – Prefeitura de Belo Horizonte

PLAMBEL – Secretaria de Estado do Planejamento e Coordenação da Região Metropolitana de Belo Horizonte

RMBH – Região Metropolitana de Belo Horizonte

ZC1 – Zona Comercial 1

ZC 3 – Zona Comercial 3

ZEU – Zona de Expansão Urbana

ZOC – Zona de Ocupação Controlada

ZPAM – Zonas de Proteção Ambiental

ZP 3 – Zona de Proteção 3

ZR 2 – Zona Residencial 2

ZR 3 – Zona Residencial 3

ZR4 – Zona Residencial 4

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Área edificada do Recife em 1987.	29
Figura 2	Área edificada de Belo Horizonte em 1964.	30
Figura 3	Urbanização do vale do Ahangabaú, São Paulo.	31
Figura 4	Urbanização da serra do Curral em Belo Horizonte.	31
Figura 5	A imagem apresenta a variação de gabarito das edificações da Urca, em resposta as diferentes legislações vigentes em diferentes períodos.	32
Figura 6	Planta de apartamento em 1930. observa-se a setorização, herança do período colonial.	36
Figura 7	Auto-construção no Rio de janeiro, favela do Vidigal.	42
Figura 8	Auto-construção em Belo Horizonte, favela Morro do Papagaio.	42
Figura 9	Vistas dos bairros do Leblon e Humaitá, ao fundo, o Corcovado e o Pão de Açúcar, respectivamente emolduram a paisagem,	44
Figura 10	Visada panorâmica do bairro de Casa Forte, Recife.	45
Figura 11	Edificações na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro.	45
Figura 12	Edificações em São Paulo	45
Figura 13	Edificações no Belvedere III em Belo Horizonte.	45
Figura 14	Imagem 2D e 3D apresentada por anúncio de empreendimento.	50
Figura 15	Propaganda de empreendimento no Rio de Janeiro vinculada pela internet, nota-se a associação do empreendimento à imagens de relaxamento, lazer, diversão e à natureza.	51
Figura 16	Mapa de localização de Belo Horizonte em Minas e na Região Metropliitana, RMBH.	59
Figura 17	Mapa de Altimetria Belo Horizonte.	60
Figura 18	Mapa de Indicação das Regionais administrativas do município de Belo Horizonte.	60
Figura 19	Mapa da regional Centro Sul caracterizada por ocupação de alta renda.	60
Figura 20	Mapa Belvedere III e entorno.	61
Figura 21	Mineração na Serra do Curral.	62
Figura 22	Ocupação urbana na Serra do Curral – bairro Mangabeiras.	62
Figura 23	Mapa de reserva de mananciais	64
Figura 24	Localização do bairro Belvedere e das bacias do Ribeirão Arrudas e Rio das Velhas sob mapa de macrodrenagem da PBH.	66
Figura 25	Mapa do zoneamento de Belo Horizonte: Plano original de Aarão Reis (1894).	68
Figura 26	Mapa viário de Belo Horizonte, localização das principais vias e o bairro Belvedere.	70
Figura 27	Relação entre a mancha de ocupação original do Plano de Aarão Reis de 1884 e a mancha de ocupação urbana de 1995, com a localização das principais vias e o bairro Belvedere.	73
Figura 28	Serra do Curral.	74
Figura 29	Parcelamento bairro Belvedere década de 70.	75
Figura 30	Evolução da malha urbana Belvedere III fotos dos anos de 1989, 1995 e 2005.	76

Figura 31	Zoneamento aprovado em 1988	79
Figura 32	Mapa do bairro Belvedere III com indicação das vias, lotes e edificações.	84
Figura 33	Aspectos da paisagem atual Belvedere I, II e III e Serra do Curral.	84
Figura 34	Foto aérea do Belvedere III e BH Shopping.	84
Figura 35	Paginação do piso do calçadão de Copacabana.	90
Figura 36	Paginação do piso das calçadas do bairro Belvedere.	90
Figura 37	Aspectos do loteamento do Alphaville Flamboyant em Goiânia.	96
Figura 38	Aspectos do loteamento do Alphaville Campinas.	96
Figura 39	Vista dos edifícios em construção no Belvedere III, Belo Horizonte.	98
Figura 40	Vista dos edifícios novos em construção na Península na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro lançamentos.	98
Figura 41	"Suíte máster" com banheiro feminino e masculino condomínio edifício Beau Rivage.	100
Figura 42	*"Sala"* Edifício Monreale*.*	100
Figura 43	Área de lazer do edifício Piazza Diamante *"Sala"* Edifício Monreale*.*	101
Figura 44	Imagem Piscina Externa Edifício Saint Emilion.	101
Figura 45	Imagem Piscina Coberta Edifício Vila Fontana.	101
Figura 46	Imagem Piscina Coberta Edifício Saint Emilion.	101
Figura 47	"*Playground"* Edifício Saint Emilion.	102
Figura 48	"*Playground"* Edifício Vila Fontana.	102
Figura 49	"*Vila Bambino"* Edifício Vila Bel Monte.	102
Figura 50	"*Vila Bambino"* Edifício Vila Fontana.	103
Figura 51	Churrasqueira Edifício Vila Fontana.	103
Figura 52	*"Espaço Gourmet"* Edifício *Saint Tomas.*	103
Figura 53	*"Cozinha do Chef"* Edifício *Vila Fontana.*	103
Figura 54	Aspectos do acabamento dos edifícios do Condomínio Barra Bali, Barra da Tijuca Rio de Janeiro.	104
Figura 55	Aspectos do acabamento dos edifícios do Condomínio Paradiso em São Paulo.	104
Figura 56	Aspectos do acabamento dos edifícios do Belvedere III, Belo Horizonte.	104
Figura 57	"Acesso protegido" Condomínio Top Green, Belo Horizonte.	105
Figura 58	Cozinha Edifício *Vila del Monte,* Belo Horizonte.	105
Figura 59	Cozinha Edifício *Saint Emilion,* Belo Horizonte.	105
Figura 60	Aspectos da variação de gabarito do bairro Belvedere III.	107
Figura 61	Térreo Edifício Clair de Lune, impermeabilização do térreo e tratamento paisagístico.	109
Figura 62	Térreo Edifício Clair de Lune, impermeabilização do térreo e tratamento paisagístico.	109
Figura 63	Aspectos do Térreo dos Edifícios equipamentos de lazer.	109
Figura 64	Aspectos do Térreo dos Edifícios equipamentos de lazer.	109
Figura 65	Térreo Edifício Clair de Lune, impermeabilização do térreo e tratamento paisagístico.	109
Figura 66	Foto Residencial Picasso em construção.	114
Figura 67	Imagem Fachada Residencial Yourself Total Living.	114
Figura 68	*"Living"* Edifício Vila Fontana*.*	115

Figura 69	*"Varanda Grill" Vila Fontana.*	115
Figura 70	"*Fitness Center"* Edifício Saint Emilion.	115
Figura 71	Sala de Ginástica Edifício Vila Fontana.	116
Figura 72	*"Gazebo Gourmet"* Edifício *Les Jardins.*	116
Figura 73	*"Espaço Gourmet"* Edifício *Monreale.*	116
Figura 74	*"Terraço Gourmet"* Edifício *Saint Emilion*	117
Figura 75	*"Garden Gourmet"* Edifício *Saint Emilion.*	117
Figura 76	"Espaço Kids" do Condomínio Top Green.	117
Figura 77	"Espaço para degustação de vinhos e gourmet" do Condomínio Top Green.	118
Figura 78	"*Garage Band*" do Condomínio Top Green.	118
Figura 79	"*Executive Golf*" do Condomínio Top Green.	118
Figura 80	Ilustração da Vista da Varanda do edifício *Saint Emilion.*	119
Figura 81	Ilustração da Vista da Varanda do edifício *Monreale.*	119
Figura 82	Quadra de *Squash* Edifício Saint Emilion	120
Figura 83	Quadra de tênis coberta Edifício Vila Fontana.	120
Figura 84	"Spa e sauna" do Condomínio Top Green.	120
Figura 85	Aspectos do solo.	123
Figura 86	Aspectos do solo.	123
Figura 87	Mapeamento de áreas impermeabilizadas.	124
Figura 88	Praça da Lagoa Seca.	125
Figura 89	Inundação da Praça.	125
Figura 90	Tubulação de lançamento de águas pluviométricas na lagoa.	126
Figura 91	Lançamento de resíduos contaminados na lagoa.	126
Figura 92	Principal Fluxo de Trânsito.	127
Figura 93	Direção dos Ventos e influência do Bairro na ventilação natural.	128
Figura 94	Edifícios do Belvedere III e Serra do Curral ao Fundo.	129
Figura 95	Edifícios do Belvedere III, Serra do Curral ao Fundo em destaque e simulação do perfil da Serra por trás das edificações.	129
Figura 96	Localização *Riserva Uno*, Barra da Tijuca	131
Figura 97	Foto aérea APA de Marapendi.	131
Figura 98	Foto aérea APA de Marapendi – Rio de janeiro/RJ..	132
Figura 99	Foto aérea APA de Marapendi.	132
Figura 100	Foto aérea APA de Marapendi.	132
Figura 101	Localização do terreno do condomínio *Riserva Uno* na APA de Marapendi.	132
Figura 102	Aspectos do terreno do condomínio *Riserva Uno* na APA de Marapendi.	133
Figura 103	Aspectos do terreno do condomínio *Riserva Uno* na APA de Marapendi.	133
Figura 104	Aspectos do terreno do condomínio *Riserva Uno* na APA de Marapendi e ocupação de entorno.	133
Figura 105	Serviços oferecidos no *Riserva Uno*.	134

Figura 106 Sala Infantil do *Riserva Uno*. 134
Figura 107 Quadras *Riserva Uno*. 134
Figura 108 Jardim *Riserva Uno*. 134
Figura 109 Parque Infantil do *Riserva Uno*. 134
Figura 110 Localização *Panamby*, Morumbi, São Paulo. 135
Figura 111 Aspectos do Parque Burle Marx com o *Panamby* ao fundo. 135
Figura 112 Aspectos do Parque Burle Marx. 135
Figura 113 Acesso ao condomínio *Villagio Panamby*, destaque para o tratamento paisagístico. 136
Figura 114 Destaque para a segurança do condomínio *Villagio Panamby*. 136
Figura 115 Foto lazer aberto de um dos edifícios. 136
Figura 116 Frase de efeito do anuncio publicitário do edifício *Domaine du Soleil*. 137
Figura 117 Ilustração do *Fitness* Edifício *Jazz Duet*. 137
Figura 118 Ilustração do Espaço *Gourmet* Edifício *Jazz Duet*. 137
Figura 119 Ilustração vista da varando do Edifício *Domaine*. 137
Figura 120 Ilustração piscina com raia do edifício *Domaine*. 138
Figura 121 Ilustração do *Fitness*, Spa descanso do edifício *Domaine*. 138
Figura 122 Ilustração Banheiro Máster do edifício *Domaine*. 138
Figura 123 Edifícios Belvedere III – Belo Horizonte. 141
Figura 124 Condomínio *Paradiso* – São Paulo. 141
Figura 125 Edifícios na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro. 141
Figura 126 Edifícios *Waterways* na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro – projeto paisagístico do arquiteto Bennedito Abbud. 143
Figura 127 Skyline Curitiba. 144
Figura 128 Marcos da cidade de Curitiba: Jardim Botânico. 144
Figura 129 Marcos da cidade: Ópera de Arame. 144
Figura 130 Marcos da cidade de Curitiba: Rua 24 Horas. 145
Figura 131 Aspectos do tratamento paisagístico das áreas livres públicas. 145
Figura 132 Aspectos da padronização do tratamento dado às calçadas do Bairro. 146
Figura 133 Mapa de localização do novo empreendimento. 146
Figura 134 Foto do local do novo empreendimento. 147
Figura 135 Foto aérea do local do novo empreendimento. 147
Figura 136 Edifícios comerciais e residenciais vericalizados em Nova Lima implantados na Serra do Curral, na divisa com Belo Horizonte. 148
Figura 137 Alphaville Lagoa dos Ingleses, condomínio fechado, em Nova Lima. 148
Figura 138 Vale do Mutuca, condomínio fechado, em Nova Lima. 148

LISTA DE TABELAS

Tabela i
Tabela ii

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Cronologia dos acontecimentos: relação entre fatos nacionais, regionais e locais	82
Quadro 2	Dados de densidade e renda.	92
Quadro 3	Dados relativos à domicílios particulares permanentes por número de moradores Belo Horizonte (%)- 2000	93
Quadro 4	Dados relativos à domicílios particulares permanentes com banheiro por número de banheiros existentes e Unidade de Planejamento Belo Horizonte (%) - 2000	94
Quadro 5	Domicílios particulares permanentes por condição de ocupação (%) - 2000	95
Quadro i	Análise dos anúncios	156
Quadro ii	Dados dos edifícios	159
Quadro iii	Apartamentos: Preço médio de venda segundo padrão de acabamento e tipo de bairro - Valores em reais/m2. Belo Horizonte - dezembro de 2000.	165
Quadro iii A	Apartamentos: Preço médio de venda segundo padrão de acabamento e tipo de bairro - Valores em reais/m2. Belo Horizonte - dezembro de 2006.	165
Quadro iv	Apartamentos: Número de unidades vendidas - Belo horizonte - 1998/2000	166
Quadro iv A	Apartamentos: Número de unidades vendidas - Belo horizonte - 2003/2006	166
Quadro v	Apartamentos: Número de unidades à venda – velocidade de vendas. Belo horizonte - dezembro/2000	167
Quadro v A	Apartamentos: Número de unidades à venda – velocidade de vendas. Belo horizonte - dezembro/2006	167
Quadro vi	Apartamentos: Número de unidades ofertadas por tipos de bairros - Dezembro/2000	168
Quadro vi A	Apartamentos: Número de unidades ofertadas por tipos de bairros - Dezembro/2006	168

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Dados do habite-se.	83
Gráfico 2	Gráfico com dados referentes ao remenbramento dos lotes.	107
Gráfico 3	Dados referentes ao número de pavimentos.	108
Gráfico 4	Síntese de dados referentes à altura dos edifícios.	108
Gráfico 5	Dados referentes à oferta de apartamentos por andar por edifício.	110
Gráfico 6	Dados referentes à área dos apartamentos.	111
Gráfico 7	Dados referentes ao número de vagas/apartamento.	112
Gráfico 8	Dados referentes ao número de quartos.	112

INTRODUÇÃO

Introdução

Premissas iniciais

O **objetivo** central do presente estudo é analisar a formação do bairro Belvedere III, o papel do mercado imobiliário neste processo e seus reflexos sobre a paisagem e ambiente da cidade de Belo Horizonte. A **questão** colocada se refere **ao tipo de ocupação** – verticalizada, com impermeabilização do solo e voltada para alta renda; **à localização** – na Serra do Curral, área de interesse ambiental e ainda, **à atuação do mercado imobiliário** – na comercialização destes espaços construídos e livres como ideais de consumo.

Entre as irregularidades que envolvem a sua formação estão incluídas:

a) a verticalização de uma área originalmente vazia e com o entorno ocupado predominantemente por residências unifamiliares, apresentando restrições de acordo com laudos técnicos que definiam a impropriedade de sua ocupação;

b) a ocupação de parte da Serra do Curral, um marco natural do município de Belo Horizonte, inserido nos Livros de Tombo Histórico e Paisagístico do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN e protegido por diversos instrumentos legais: Proteção ao Patrimônio Cultural (Lei Municipal n.º 3.802/84); Proteção ao Patrimônio Ambiental (Lei n.º 4.253/85); Lei Orgânica do Município (1990); Legislação Urbanística, por meio do Plano Diretor (1996) e da Lei de Uso e Ocupação do Solo (Lei de n.º 7166/96) e revisão (Lei de n.º 8.137/00);

c) a modificação da legislação existente que impedia este tipo de ocupação, tendo sido desconsideradas as leis de proteção e alterada a legislação urbanística.

A relevância do tema se justifica pela importância da área em estudo para o equilíbrio ambiental da cidade de Belo Horizonte e região metropolitana. A Serra do Curral apresenta o principal potencial hídrico da capital mineira e é uma importante área de recarga fluvial dos aqüíferos, encontrando-se impermeabilizada pela ocupação urbana do Belvedere III. A motivação para este estudo surgiu em 1998, com o início da implantação dos edifícios, a partir de discussões no curso de graduação da Escola de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Minas Gerais, EAU-UFMG. Desde essa época, é possível verificar seu crescimento acelerado – dez anos após o início das construções já não existiam mais lotes a serem vendidos e 90% das edificações já estavam prontas – e a forte atuação do mercado imobiliário, por meio de notícias veiculadas na mídia, na criação de uma identidade para a nova ocupação.

Com a pesquisa observou-se que a dinâmica do mercado consiste na criação constante de novas áreas de ocupação, desvalorização das antigas e criação de uma identidade que define o novo local como ideal. Em estudos comparativos vimos que o mesmo ocorre em Recife, em São Paulo ou no Rio de Janeiro. No caso do Belvedere III as mídias analisadas apresentavam uma visão do Rio de Janeiro como modelo do que é ideal e destacava as semelhanças entre esse bairro e a Barra da Tijuca.

Para contextualizar a questão da habitação no Brasil, fez-se necessário avaliar o panorama da habitação em seus aspectos sociais, econômicos e legais. Desta forma o estudo da habitação evoluiu para uma apresentação do problema habitacional brasileiro, onde se destaca o déficit habitacional e as tentativas do governo para solucionar a questão. Percebe-se um histórico de favorecimento, que ocorre no país, em relação às classes mais altas da população.

Enquanto o indivíduo que vive na favela não tem possibilidade de habitar legalmente na cidade, pois não tem renda suficiente, nem acesso a financiamento, o mercado imobiliário voltado para habitação de luxo cria espaços de expansão e pressiona o Estado para torná-los legais.

Com este estudo foi possível verificar semelhanças na ação do mercado na ocupação de áreas de preservação, modificação da legislação urbana e atuação do *marketing* imobiliário. Autores, como Beatriz Couto (2003), destacam o que ocorreu na Barra da Tijuca no Rio de Janeiro com a modificação ocorrida nas diretrizes do projeto de Lúcio Costa para se ajustar aos interesses do mercado imobiliário. Para Couto os efeitos da urbanização capitalista sobre a base física da Barra estão à vista na poluição das lagoas e das praias, problemas no trânsito e alteração da paisagem natural.

A questão do marketing na formação da identidade é estudada por autores como: Philip Kotler *et all* (2006) que avaliam, passo a passo, as ações dos atores envolvidos; Claudia Loureiro e Luiz Amorim (2005), que estudaram a influência do mercado na produção imobiliária do Recife; Lílian Vaz (2002) que, ao analisar as edificações cariocas dos séculos XIX e XX, discute a atuação do mercado na formação de uma nova identidade para as edificações coletivas, dissociando-as dos cortiços.

Gerônimo Leitão (2003) destaca o uso pelo *marketing* imobiliário de áreas remanescentes de reserva, tais como as subzonas *non aedificandi* da Barra da Tijuca que compõem seis parques ecológicos, e as áreas livres vegetadas dos condomínios para maior valorização dos parcelamentos e edificações.

Aspectos metodológicos

Para o desenvolvimento da pesquisa de dissertação foi adotada como estratégia de pesquisa uma abordagem qualitativa referente ao momento presente, com ênfase na relação entre a atuação do mercado imobiliário na ocupação de áreas de expansão urbana e na conseqüente modificação da paisagem existente, com reflexos nos sistemas ambientais.

Com base nos conceitos sobre linhas de pesquisa em arquitetura, discutidos por GROAT e WANG (2002), foram seguidas duas vertentes principais:

a) Abordagem histórico-interpretativa

A fundamentação histórica elaborada para a dissertação relacionou-se ao conhecimento dos contextos de crescimento e expansão urbana, urbanização dispersa e hábitos de moradia coletiva associados a estratégias de marketing, característicos do caso brasileiro.

Essa abordagem baseou-se em pesquisas bibliográficas, através de dados indiretos, onde foram analisados textos referenciais que fundamentassem a pesquisa com conceitos sobre expansão urbana, habitação multifamiliar, mercado imobiliário, estratégias de *marketing* e paisagem. Os textos foram estudados na bibliografia, teses e dissertações e nos artigos publicados disponíveis sobre o assunto.

Os autores consultados foram: ABREU (1987), CANCLINE (2006), CULLEN (1996), CROSGROVE (1998), CRICHYNO (2000), DEL RIO (1996), GARCIA (1997), GROSSI (1996), KOTLER (2006), REIS (2006), TRAMONTANO (1998) (2001), VAZ (1994), VERÍSSIMO E BITTAR (1999), VILLAÇA (1998).

Ainda dentro dessa abordagem, visando o entendimento do objeto de estudo, foram pesquisados documentos referentes à formação do bairro Belvedere III, artigos técnicos, matérias publicitárias publicadas em jornais e revistas e publicações administrativas da Prefeitura de Belo Horizonte.

Nos jornais, analisaram-se todas as publicações sobre o bairro Belvedere III, arquivadas na biblioteca da Escola de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Minas Gerais (EAU-UFMG), jornais de circulação em Belo Horizonte e publicações da Associação de Amigos do Bairro Belvedere (AABB). Por meio destas publicações foi possível identificar a ordem cronológica dos acontecimentos que marcaram a formação do bairro e as estratégias de *marketing* que atuam na formação de uma identidade para o novo bairro e na sua aceitação pelo público.

Foram também estudados anúncios de propaganda dos lançamentos imobiliários, possibilitando identificar as estratégias de formação da imagem da casa ideal e dos padrões arquitetônicos e urbanísticos vendidos pelo mercado. As publicações foram levantadas em jornais ou nos portais das construtoras.

Para uma análise do perfil construtivo do bairro, foram pesquisados todos os edifícios construídos, ou em construção, até 2006, selecionando-se nessa pesquisa determinados aspectos: construtora responsável pelo empreendimento; nome do condomínio; endereço; quadra e lote; gabarito de altura; área total do apartamento; número de pavimentos; número de quartos; número de vagas de garagem por apartamento; área do terreno e utilização da edificação (comercial, misto ou residencial).

Para demonstrar estatisticamente o crescimento acelerado do bairro, foram analisados dados da Prefeitura da cidade referente à legalização de construções prontas para ocupação, o "habite-se". Nesse sentido, foram estudados dados referentes a todos os "habite-se"s fornecidos desde 1994 até 2006, onde foram encontradas referências para os períodos de maior incidência, bem como para a dinâmica e o ritmo de construção nesse período.

Foram analisados documentos oriundos do acervo do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), em sua sede em Belo Horizonte, que forneceram dados referentes ao tombamento da Serra do Curral e a algumas propostas de intervenção para a área, submetidas ao IPHAN.

Os dados secundários incluíram ainda informações do Censo de Belo Horizonte e do Belvedere (fontes estatísticas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística-IBGE) onde foram destacados as características e o perfil de distribuição da população, fatores econômicos e características de moradia.

Finalmente, foram levantados dados do mercado imobiliário de Belo Horizonte e do bairro em estudo junto ao Instituto de Pesquisas Econômicas, Administrativas e Contábeis de Minas Gerais - IPEAD, uma fundação de pesquisa da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) voltada ao estudo da construção e da comercialização proveniente do mercado imobiliário de Belo Horizonte. A pesquisa do IPEAD fornece informações sobre o mercado de imóveis novos, construídos para venda. São apurados, mensalmente, os preços de oferta para venda à vista, a quantidade ofertada, o número das vendas, os novos empreendimentos, o financiamento e o estágio da construção dos empreendimentos comercializados em uma amostra das principais empresas construtoras e incorporadoras que atuam em Belo Horizonte.

b) Abordagem experimental-hipotética

Compreende a estratégia de pesquisa direta e indutiva, com base nas premissas fundamentadas na interpretação dos dados históricos, descritos acima, e apoiando-se na experimentação do estudo de caso selecionado, o bairro Belvedere III, em Belo Horizonte.

Nessa estratégia, foram aplicados métodos de leitura da paisagem, realizada através de análise morfológica e de construção de ideários funcionais e paisagísticos, baseados nas estratégias de venda e perfis de compra das unidades multifamiliares no bairro estudado.

Os autores consultados para essa abordagem foram: AMORIM (1989), FABIANO (2005), MACEDO (1993), LOUREIRO E AMORIM (2005), TÂNGARI (1999).

Para a realização dessa parte da pesquisa, as técnicas incluíram o levantamento direto em campo que possibilitou produzir uma documentação extensiva, complementando as informações pesquisadas indiretamente. Realizou-se a observação sistemática e individual, com obtenção de estudos quantitativos, descritivos e avaliações de percepção ambiental. De forma completar, foram feitas, entrevistas com pessoas ligadas ao bairro como o diretor da Associação de Amigos do Bairro Belvedere (AABB) e jornalistas do jornal local.

Essas duas abordagens geraram os dados que consolidaram a pesquisa de dissertação, para os quais foram realizadas as atividades de elaboração, análise e interpretação dos dados, conforme abaixo descritas:

- Elaboração dos dados

Nesta fase procedeu-se a seleção e exame dos dados relevantes dentre o material levantado, tendo sido descartadas algumas informações não consideradas relevantes para a dissertação.

Entretanto, em alguns casos, como no estudo da evolução urbana da cidade, esse trabalho auxiliou a compreensão dos mecanismos e vetores de expansão de Belo Horizonte.

Em um segundo momento, foram codificadas e classificadas as informações obtidas, de forma a produzir dados qualitativos e quantitativos a serem tabulados e, em seguida, sintetizados para análise, gerando mapas, gráficos e tabelas que auxiliaram na interpretação das informações.

- Análise e interpretação dos dados

A análise do bairro Belvedere e dos reflexos de seu rápido crescimento sobre a paisagem da cidade foi baseada nos conceitos descritos no primeiro capitulo.

O método selecionado foi caracterizar, num primeiro momento, o perfil da área por meio de dados estatísticos para em seguida avaliar as estratégias de atuação do *marketing* imobiliário e os padrões arquitetônicos e urbanísticos resultantes, encontrados no bairro.

- Representação dos dados em mapas, gráficos, quadros e tabelas.

O material produzido permitiu apresentar as conclusões relacionadas à formação do bairro, tendo sido elaborados o seguinte conjunto:

- mapas representativos da área;

- gráficos do perfil do bairro apresentando os dados referentes aos padrões arquitetônicos e urbanísticos encontrados e à ocorrência dos mesmos na área de estudo;

- compilação de dados do IPEAD e do IBGE, através de tabelas sistematizadas.

Com o material coletado, analisado e sintetizado, procedeu-se à elaboração das reflexões conclusivas a respeito das questões centrais da pesquisa, principalmente a expansão do bairro Belvedere, os casos de expansão urbana semelhantes e os impactos resultantes sobre a paisagem e o ambiente.

O conteúdo resultante da pesquisa é apresentado em quatro capítulos:

No **primeiro capítulo** é apresentada a fundamentação teórica, por meio de revisão bibliográfica e indicação dos principais conceitos e autores de referência. Esse segmento iniciou-se pelo estudo referencial sobre movimentos de expansão urbana e criação de identidades de bairros de alta renda, onde se procurou apresentar os mecanismos de expansão das cidades e sua relação com a atuação do setor imobiliário na formação da imagem urbana.

O segundo aspecto analisado correspondeu à dinâmica do mercado residencial no Brasil onde se discutiu a questão da habitação sob o ponto de vista econômico, analisando pontos referentes a financiamento, déficit habitacional e à atuação do mercado na formação da estrutura urbana.

Em seguida, foram relacionadas as estratégias de *marketing* imobiliário à produção de padrões arquitetônicos da casa ideal, observando como esse processo ocorre de forma semelhante em diversas cidades brasileiras.

Por último, procedeu-se à definição de paisagem no contexto do processamento dos recursos naturais para construção e ocupação do território e nos seus reflexos sobre o meio urbano, segundo considerações de autores selecionados.

O **segundo capítulo** refere-se à delimitação da área de estudo, destacando o surgimento do bairro Belvedere III dentro dos movimentos de expansão do município de Belo Horizonte. São descritos os vetores de expansão da cidade e contextualizados a origem e a evolução do bairro estudado.

O **terceiro capítulo** foi dedicado à análise do bairro com maior detalhe. Nele são estudados o perfil sócio-econômico dos moradores, os padrões arquitetônicos e urbanísticos comercializados e as estratégias de venda adotadas.

Finalmente no **quarto capítulo**, são apresentadas as sínteses críticas e conclusões sobre os reflexos do perfil de ocupação urbana e padrão de moradia analisados sobre a paisagem, sendo complementadas com um estudo comparativo a partir de casos semelhantes, no Rio de Janeiro e em São Paulo.

CAPÍTULO 1

- 1.1. – Expansão urbana o deslocamento de centralidades e a formação de uma identidade residencial de alta renda
- 1.2 – Dinâmica do Mercado Residencial
- 1.3 – Estratégias de marketing e a padrões arquitetônicos da casa ideal
- 1.4 – Paisagem: observação, ação e reação

CAPÍTULO I
Fundamentação Teórica

1.1 – Expansão urbana, o deslocamento de centralidades e a formação da identidade residencial de alta renda

O conceito de expansão urbana está relacionado ao crescimento espacial para atender às demandas de aumento populacional, sendo influenciado por fatores da estrutura social, econômica e cultural presentes nas cidades.

Segundo Nestor Goulart Reis (2006), durante milênios, as sociedades apresentaram índices de urbanização de 5% a 10% e eram locais de reunião, de moradia e de concentração dos setores indispensáveis à sua existência. A base econômica era composta pelo cultivo de produtos agrícolas, que mantinham a estrutura rural e produziam o excedente para as cidades. A partir do século XVIII, conforme descreve este autor, esta relação se alterou, com o advento da industrialização e o deslocamento de grandes massas de trabalhadores para as cidades. O adensamento populacional resultou no crescimento do tecido urbano para atender a essa nova demanda por moradia e por novos espaços de localização residencial.

No Brasil a estrutura urbana colonial era dependente dos núcleos urbanos centrais que forneciam os suprimentos necessários para a sobrevivência da população. Conforme a análise de diversos autores sobre a evolução urbana das nossas cidades, durante os séculos XVIII e XIX, as mercadorias chegavam das zonas rurais aos centros mais importantes pelas vias, ferrovias ou por mar e esses constituíam os mercados centralizados de distribuição.

Com o desenvolvimento tecnológico, o surgimento do uso do automóvel como transporte individual e a abertura de expansão de novas vias de acesso rodoviário, as cidades brasileiras foram estruturadas para expandirem independentemente do núcleo original. Essa expansão foi também direcionada pela localização da atividade industrial que, nas principais capitais do país, como Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte, foi deslocada das áreas centrais para as periferias urbanas (REIS, 2006, ABREU, 1988 e VILLAÇA, 2001).

Villaça (2001) destaca que as cidades se expandiram ao longo dos principais acessos e o uso do automóvel possibilitou vencer distâncias, viabilizando este crescimento. Entretanto, o autor defende que o transporte não provoca o crescimento apenas influencia na sua organização.

O autor ressalta ainda a influência dos obstáculos naturais na forma de expansão das cidades, indicando que os mesmos conformam, mas não impedem o crescimento. A história do crescimento das cidades é uma história de superação de barreiras, como em São Paulo com a superação do Vale do Ahangabaú, no Rio de Janeiro com a criação de túneis e aterros para facilitar os acessos e em Belo Horizonte com a urbanização da Serra do Curral.

As características dos sítios naturais consistem em um forte fator de atração, segundo Villaça (2001): nas cidades litorâneas, a atração pelas praias, e no interior, por áreas de reserva florestal. Nestas áreas de maior valor cênico e qualidade ambiental, o valor da terra é extremamente alto, excluindo a camada popular e criando espaços altamente segregados, onde a verticalização é uma constante.

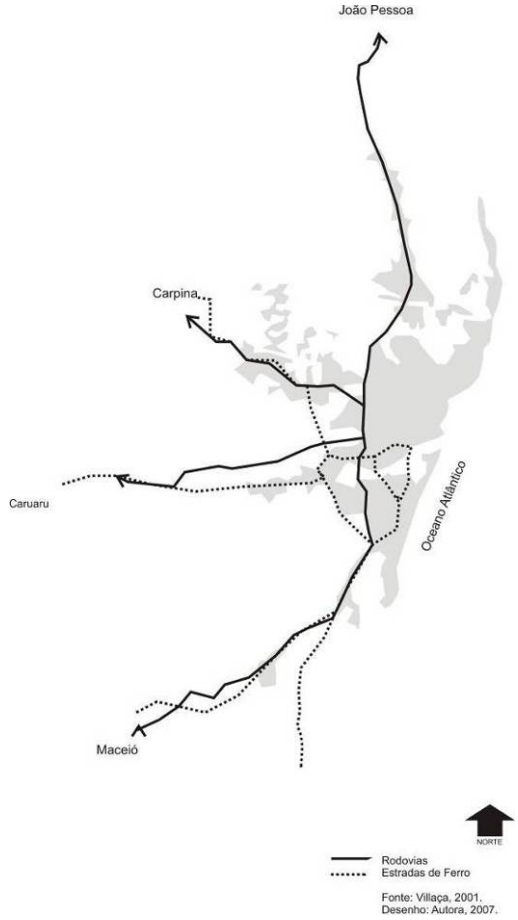


FIGURA 1: Área edificada do Recife em 1987. Em Recife notamos um crescimento longitudinal acompanhando o litoral e vetores de expansão junto às rodovias e Ferrovias.
Fonte: VILLAÇA, 2001.
Desenho: Autora, 2007.

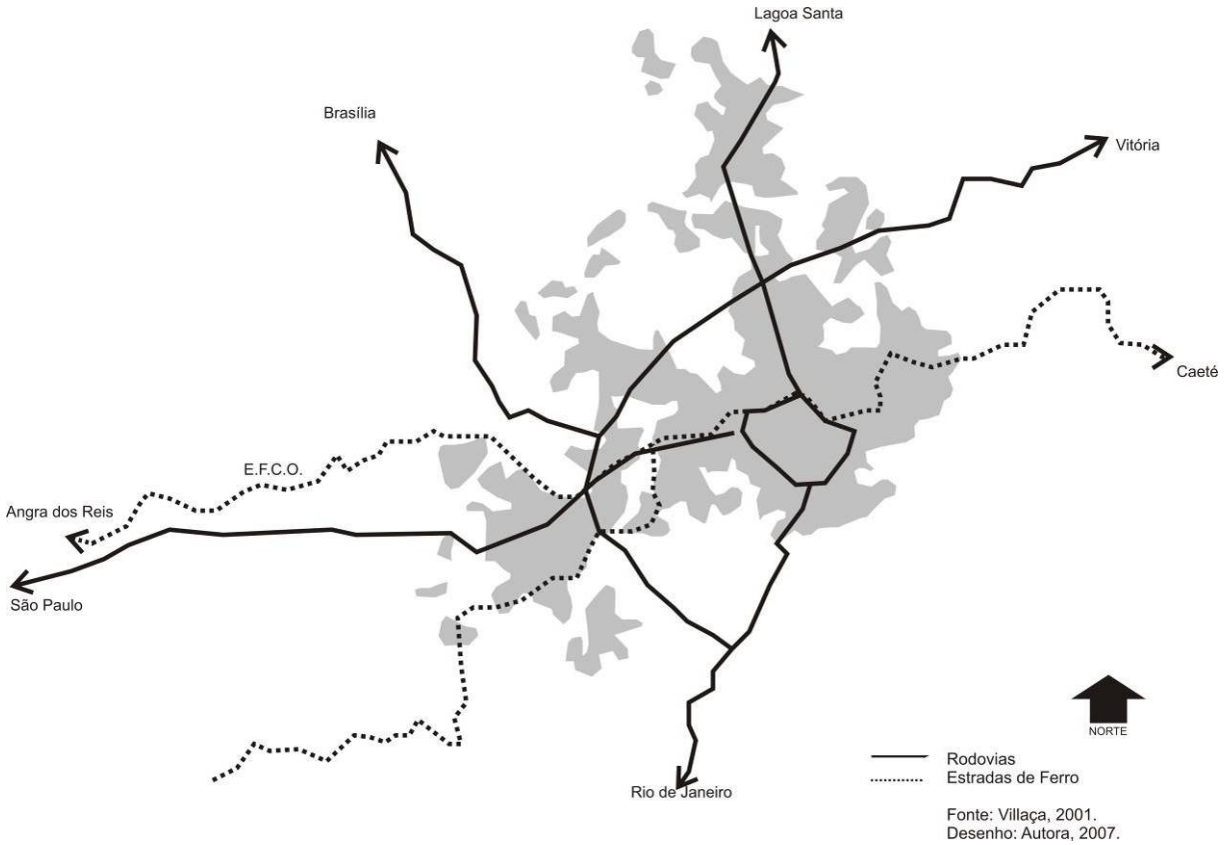


FIGURA 2: Área edificada de Belo Horizonte em 1964. Em Belo Horizonte acontece um crescimento radial acompanhando as Rodovias e Ferrovias, nota-se o eixo de expansão sudoeste do setor industrial em direção a São Paulo.
Fonte: VILLAÇA, 2001.
Desenho: Autora, 2007.

O tecido urbano resultante da expansão das áreas residenciais de alta renda agrega as seguintes características apontadas por Nestor Reis como sinais de novas centralidades: a) empreendimentos que agregam loteamentos, espaços de uso coletivo, infra-estrutura e serviços e frequentemente edificações; b) agregam usos como residência, escritório, indústria, lazer, comércio e serviços diversos; c) isolamento do tecido tradicional, constituindo-se em condomínios fechados; d) tratamento urbanístico diferenciado do entorno; e) presença de espaços coletivos em área privada; f) os espaços são murados e apresentam áreas públicas para uso exclusivo do condomínio; g) existe uma substituição da gestão pública pela gestão privada; h) possuem autonomia de serviços e espaços comuns. (REIS 2006)

A expansão urbana da zona sul da cidade de Belo Horizonte, que abriga as camadas de mais alta renda da população, desde o início da urbanização da cidade, reproduz o que os autores descrevem na teoria. O centro antigo é abandonado, novos centros são criados e a cidade vai se desenvolvendo e criando um mercado especializado para este consumidor das classes mais altas, que procura produtos especializados e diferenciados, refletindo-se na arquitetura produzida e na paisagem resultante.

O bairro Belvedere III é uma ocupação recente que reproduz um centro comercial e de serviços com grandes equipamentos. O tratamento urbano encontrado no bairro é diferenciado, possui manutenção adequada e tratamento paisagístico diferenciado. O padrão construtivo dos edifícios, como veremos nos capítulos seguintes, atende a modelos que constituem uma forte identidade residencial, desejada e para consumo de parcelas de alta renda da população.

FIGURA 3: Urbanização do vale do Ahangabaú, São Paulo.
Foto: Autora, 2005.

FIGURA 4: Urbanização da serra do Curral em Belo Horizonte.
Foto: Stael Alvarenga, 2001.

Podemos observar que processos semelhantes ocorrem na região da Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro, e de Alphaville, em São Paulo, como exemplos que ilustram como a expansão urbana no Brasil segue o deslocamento de centralidades para atender aos mercados residenciais de alta renda.

Observa-se ainda, a criação de um perfil coletivo de expansão urbana, resultado da aplicação da legislação urbanística. Este modelo urbanístico legal cria padrões e tipologias específicas que são determinantes na formação da paisagem, na medida em que define: gabaritos, espaçamentos e usos. David Cardeman e Rogério G. Cardeman (2004) descrevem o que ocorre no caso do Rio de Janeiro. A produção arquitetônica da cidade apresenta as variações da legislação urbanística ao longo dos anos como no caso da Urca ilustrado abaixo.

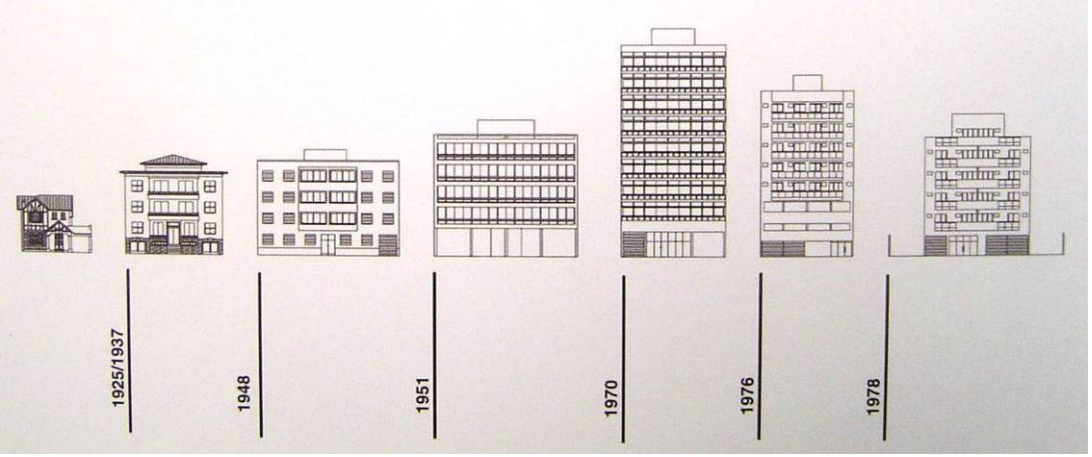


FIGURA 5: A imagem apresenta a variação de gabarito das edificações da Urca, em resposta às diferentes legislações vigentes em diferentes períodos.

Fonte: CARDEMAN e CARDEMAN, 2004.

No caso de Nova Lima percebe-se a reprodução da tipologia de residências unifamiliares, centralizadas em lotes de dimensões determinadas legalmente. No Belvedere, como veremos, o bairro deixa de ser exclusivamente residencial unifamiliar e passa a admitir torres residenciais e comerciais.

Ao realizarmos uma análise mais aproximada da evolução do núcleo habitacional veremos uma ligação direta entre a evolução da habitação e dos hábitos familiares. As alterações na estrutura familiar, entre outros fatores, apresentaram influência direta na transformação do núcleo habitacional.

Marcelo Tramontano (1998) afirma que até o século XIX o modelo econômico se baseava na utilização intensiva da mão de obra familiar e a habitação apresentava atividades de produção. Segundo Veríssimo e Bittar (1999), ainda na época colonial as pessoas moravam em casas espaçosas, em sítios e fazendas com uma economia baseada na produção agrícola e na extração mineral.

Durante o século XIX, quando novas políticas econômicas foram implantadas, as famílias deixaram o campo e se mudaram para as cidades, onde as casas já não contavam mais com a farta mão-de-obra escrava para manutenção das suas atividades nem famílias tão numerosas. Depois da abolição da escravatura, os ex-escravos migraram para as cidades em busca de moradia e emprego. Esta alteração na estrutura econômica e social teve reflexos na arquitetura residencial que passou a apresentar elementos novos e diferenciados a cada modificação no cenário político, econômico e social.

Segundo Veríssimo e Bittar, (1999) durante a República as casas apresentavam espaços advindos de novos hábitos importados da Europa: as salas foram agregando valores, deixando de ser apenas de estar, passando incorporar outras atividades. Com o inchamento das cidades a habitação passou a ser um sério problema social, pois muitas pessoas que não tinham onde morar, nem recursos para pagar os aluguéis, se alojavam em casas de cômodos, habitações coletivas que refletiam insalubridade e promiscuidade de usos em locais sem privacidade.

Segundo Tramontano (1998) a partir de 1945 a cultura norte americana passa a ser referencial de costumes para a sociedade brasileira, difundida, sobretudo, pela indústria cinematográfica. Por meio dos filmes Hollywoodianos o modo de vida americano era amplamente divulgado e apresentava, entre outras imagens, o uso de eletrodomésticos e do automóvel, a figura do marido, forte e provedor e da esposa frágil, dependente e dona-de-casa impecável.

Outro fator interessante é a constante compactação dos espaços na década de 1980 em parte devido aos altos preços dos lotes. No entanto, como veremos no estudo de caso do bairro Belvedere III, as edificações de alto luxo não apresentam redução, ao contrário, agregam cada vez mais itens ao programa.

Os diversos autores estudados indicam que o crescimento das cidades é resultado direto do adensamento populacional e conseqüente demanda por novas habitações. A rapidez com que as cidades cresceram não correspondeu, de forma geral, à implantação de infra-estrutura adequada pelo Estado, ocorrendo uma forte valorização da terra.

A criação do concreto armado e do elevador possibilitou a edificação de habitações multifamiliares, que viabilizaram, por meio da verticalização das residências, o rateio do custo inicial de aquisição do terreno e o aumento significativo nos lucros do empreendimento.

Lilian Vaz (1994) afirma que enquanto em São Paulo a verticalização teve um caráter central e comercial, no Rio de Janeiro ela se estendeu pelo litoral e atendeu predominantemente à habitação. A pesquisa realizada pela autora apresenta uma profunda análise da habitação coletiva no Rio de Janeiro desde sua origem até 1930. Em seu estudo a autora define como conceito de habitação multifamiliar a idéia de habitação coletiva, onde várias unidades são edificadas no mesmo terreno e as famílias compartilham equipamentos e espaços comuns.

Vaz descreve os vários tipos de habitação coletiva, que correspondia a diferentes formas arquitetônicas e conteúdos ideológicos: estalagens, casa de cômodos, avenidas ou cortiços. A realidade da época conjugava a falta de moradia e à alta concentração de usos da estrutura urbana o que resultava em altas densidades populacionais. O aumento da concentração de pessoas diminuía as condições de higiene e consequentemente eram constantes as epidemias de cólera, varíola e febre amarela. (VAZ 1994)

No século XX algumas mudanças foram instituídas no Rio de Janeiro para tornarem as habitações coletivas mais salubres, mas as exigências legais, técnicas e arquitetônicas oneravam as novas edificações. Sendo assim, a população de baixa renda foi expulsa do centro e foi impelida a ocupar os morros vazios na cidade, iniciando-se com isso a formação das favelas e criando uma cidade à parte e ilegal.

Por outro lado, a habitação coletiva evoluiu com condições de privacidade e higiene para um público de maior poder aquisitivo. Em seu novo formato a habitação coletiva deveria se destacar das anteriores, deveria criar uma nova imagem que substituísse a marcante insalubridade dos cortiços. Para tanto o mercado imobiliário atuou com um *marketing* ostensivo para tornar o seu produto desejado e necessário à alta sociedade.

Para criar condições de aceitação pelas classes de mais alta renda deste novo modo de morar, a estratégia usada foi de ampla divulgação de suas vantagens através dos meios de comunicação e a de sua associação a práticas sociais da classe média e alta, onde eram destacadas as características opostas aos cortiços: a higiene, a ordem, a moralidade e o conforto, formando uma nova imagem para a habitação multifamiliar. (VAZ 1994)

Foram implantados, desta forma, edifícios sofisticados, com acessos exclusivos de serviço e social entre outros itens que incutiam o *status* necessário para identificá-lo como produto de alta renda. A autora descreve ainda como se deu a criação de um marco que passou a caracterizar as novas edificações como artigo de luxo e levou as classes média e alta a consumi-lo. A seguir destacamos um trecho do texto da autora que ilustra como os elementos de distinção e luxo eram buscados:

> "As entradas eram projetadas com grandes dimensões, os pisos e paredes revestidos de mármore, a iluminação através de lustres de cristal ou alabastro, as portas de entrada e de elevadores de cristal bisotado e motivos art-nouveau ou art déco em ferro fundido. Nada deveria lembrar os acessos acanhados, sujos e disfarçados das estalagens." (VAZ, 1994: 181).

Outro ponto ressaltado pela autora é o uso constante de estrangeirismos para denominar os ambientes, como: "*hall* de entrada", "*water closet"*, "*toiletes"*. Ou ainda, a utilização de letreiros dourados, que, afixados na entrada dos edifícios anunciavam que se tratava de "Palácios" e "Palacetes", ou ainda a utilização de nomes como "Imperador", "*Magestic*", "Glória", dentre outros.

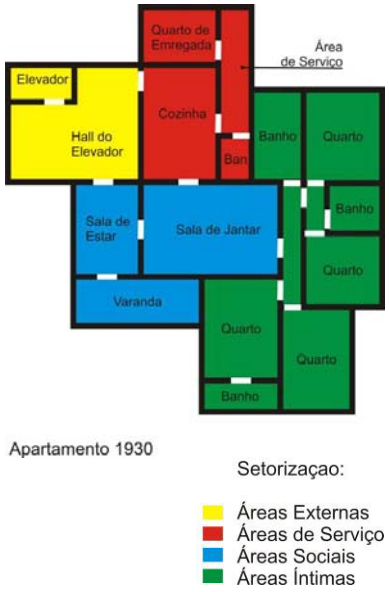


FIGURA 6: Planta de apartamento em 1930. observa-se a setorização, herança do período colonial.
Fonte: VERÍSSIMO, 1999.
Desenho: Flávia Amorim.

Estes e outros atributos convergiam para a criação de uma ”precisa qualificação, para a atribuição de uma clara significação”. (VAZ, 1994: 182)

Cabe destacar ainda a contraposição que a autora faz entre os edifícios de apartamentos e as habitações populares. Lilian Vaz coloca que a população carente demanda habitação, mas não pode pagar por ela de forma legalizada, criando então, em paralelo à verticalização, as favelas.

Esta relação entre edifícios de apartamentos e favelas vai além desta contraposição, pois, segundo Vaz, a mão de obra que trabalhava nas construções era de migrantes que habitavam as favelas construindo seus próprios barracos. Eram pessoas que não podiam pagar pelo produto que estavam edificando. Outra questão é a demanda desta população de média e alta renda por empregados domésticos, cozinheiras, babás, arrumadeiras, faxineiras, porteiros, vigias, pedreiros, bombeiros, eletricistas, entre outros serviços, que partiam das camadas pobres da população, aproximando ainda mais estes dois mundos e criando uma relação de dependência entre eles.

Esta relação entre ocupação de alta renda e favela permanece até hoje. A demanda por serviços das classes baixas faz com que ela se instale próximo ao empregador, como não tem como se fixar legalmente devido aos altos preços da terra, criam loteamentos e edificações irregulares, como veremos com mais detalhe a seguir. O alto valor da terra contribuiu, ainda, para consolidar o modelo de verticalização.

1.2 - Dinâmica do mercado residencial

Como discutido nos itens anteriores, o crescimento desordenado das cidades, sem infra-estrutura para atender às sucessivas mudanças no quadro econômico, político e social brasileiro, incluindo dentre outras a abolição da escravatura, a abertura do mercado para imigrantes, a chegada de grande contingente populacional oriundo da área rural à procura de emprego e a conseqüente demanda por habitação, resultou em um déficit habitacional que persiste até hoje.

O problema foi se agravando ao longo dos anos e a falta de empregos, somada ao aumento da desigualdade social, criou uma camada social marginalizada e sem condições de habitar legalmente. Surgiram assim, os assentamentos ilegais, auto-construídos, sem infra-estrutura adequada, uma sub-ocupação em constante crescimento nas cidades brasileiras.

Por outro lado, o sistema de financiamento habitacional brasileiro, instalado a partir da década de 1960, se mostrou ineficiente para resolver o problema devido a condicionantes financeiros que restringem seu acesso a camadas de renda mais alta, aptas a adquirir a casa própria com lucros ao sistema. Ao longo dos anos, o poder público se mostrou inoperante e repetidas vezes criou parâmetros de favorecimento a setores de classes mais altas da população.

Flávio Villaça (2001) afirma que as cidades crescem de forma segregada, as classes mais favorecidas seguem vetores pré-definidos de urbanização e as camadas de baixa renda da população são expelidas para áreas que não interessam ao mercado formal.

Em Belo Horizonte esta é a realidade desde a sua formação, pois a cidade foi planejada e pensada para ser um marco na história do estado, definindo o símbolo da nova política. O valor da terra dentro dos limites propostos para seu núcleo impossibilitava o acesso legal à moradia por parte da população de baixa renda que foi levada a ocupar locais de acesso mais difícil e sem infra-estrutura a norte da cidade, fora dos limites da Avenida do Contorno, marco da delimitação do núcleo central. O primeiro bairro formado fora dos limites originais foi o bairro Floresta, de difícil acesso devido ao Ribeirão Arrudas que cortava a cidade separando-o do centro[1].

Belo Horizonte apresenta um crescimento urbano com altos investimentos na zona sul da cidade em direção ao Rio de Janeiro, direcionando a ocupação de alta renda, demonstrando, como defende Villaça, que a implantação de equipamentos como shoppings, supermercados, comércio, lazer, escritórios e vias de acesso fortalecem o vetor de crescimento do mercado residencial de alta renda, uma vez que as áreas tornam-se valorizadas.

Ermínia Maricato (2001) também discute a questão da segregação social da cidade, refletida no tratamento diferenciado que a cidade “oficial” recebe. A autora ressalta que esta questão fica evidente no padrão de manutenção: suas ruas são varridas com mais freqüência, a sinalização urbana é reposta, a iluminação pública é melhor, o policiamento é maior, as praças e jardins merecem maiores cuidados, enfim, esta cidade é alvo de maiores investimentos públicos.

[1] O projeto de criação de Belo Horizonte previa um limite de expansão da cidade, que se desenvolveria dentro da Avenida do Contorno, área que seria suprida de infra-estrutura mais detalhes no capítulo 2 e ilustração em mapa da figura 25.

A autora afirma, ainda, que o tratamento diferenciado dado pelo poder público ao espaço urbano cria duas cidades distintas, e critica fortemente o Estado por privilegiar justamente a camada mais alta da sociedade, que recebe os benefícios da gestão pública. Uma das questões levantadas pela autora é o fato de que as ocupações ilegais se dão em áreas desprezadas pelo mercado imobiliário, áreas legalmente protegidas, ou pertencentes ao poder público. Sendo que, em alguns casos, mesmo pertencente ao poder público se a área for de interesse do mercado existem iniciativas que impedem sua ocupação irregular pela camada de baixa renda. (MARICATO 2001)

Este tipo de favorecimento é realidade em todo o Brasil. Casos onde a especulação imobiliária manipula leis e cria condições de ocupação de áreas impróprias ou legalmente protegidas não são fato isolado. Foi o que ocorreu no caso em estudo com a criação do bairro Belvedere III, e também outras ocupações de alta renda no Brasil como veremos em estudos comparativos no quarto capítulo.

Mesmo quando existem restrições previstas na legislação, Maricato (2001) ressalta que, dependendo dos interesses em questão, existem algumas leis que não funcionam. Segundo a autora o mercado imobiliário tem a sua disposição advogados atentos aos seus interesses e prontos para grandes disputas judiciais.

Outro fator levantado é a falta de financiamento para as camadas de baixa renda, onde encontramos o maior déficit habitacional, é onde também o perfil do indivíduo não se enquadra no perfil solicitado pelas cartas de crédito. Se analisarmos o espantoso crescimento das favelas e periferias isso fica evidente. Segundo Maricato, em 1997, apenas 20% das edificações construídas no Brasil foram financiadas, o que nos leva a concluir que as demais são fruto da auto-construção ou auto-financiamento.

Garantir o direito à habitação digna a todos os cidadãos brasileiros, conforme previsto na Constituição Brasileira é, ainda hoje, um problema sem solução. A primeira iniciativa governamental para tentar reverter a questão ocorreu em 1964 com a criação do Banco Nacional da Habitação (BNH), como gestor do Sistema Nacional de Habitação (SFH), que tinha como objetivo viabilizar a construção e aquisição da casa própria.

Os recursos do SFH eram provenientes do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço-FGTS, contribuição compulsória de empresários e trabalhadores criada em 1967, e da caderneta de poupança, responsável pelo financiamento da classe média. Para o acesso das classes populares ao financiamento fez-se necessário a intervenção governamental, e para tanto foram criadas as Companhias Estaduais de Habitação (COHAB's) que atuavam de forma direta na construção das casas e redução dos custos das unidades produzidas.

Entretanto, entre 1969 e 1974, com a elevação da inflação, os financiamentos foram reduzidos devido ao desequilíbrio dos reajustes das prestações. Os investimentos se voltaram então para as camadas de renda mais altas, público de retorno mais garantido. Segundo Aline Sousa (2006), o mercado imobiliário acompanhou esta tendência e também voltou seus lançamentos para este público de maior poder aquisitivo.

Por volta de 1980 o Brasil passava por uma grave crise econômica, com descontrole da inflação, contenção de salários, redução do crescimento econômico, aumento do desemprego e crise financeira do poder público. O BNH foi diretamente afetado, tendo sido obrigado a negociar os saldos devedores com seus mutuários inadimplentes, e sua situação que já era crítica, foi agravada, tendo como resultado a falência do sistema.

Segundo Sousa (2006), com a extinção do BNH, em 1989, as atividades do banco foram incorporadas à Caixa Econômica Federal, mas nenhuma política de reestruturação foi implementada. Só em 1994, com a implantação do Plano Real, a economia do país retomou estabilidade e o sistema de financiamento teve novo fôlego. Atualmente a Caixa é o principal banco financiador da construção civil do país, entretanto, o déficit habitacional e a deficiência do sistema de financiamentos persistem, agravando-se com o crescimento da população.

No Brasil existe uma parcela mínima da população brasileira que possui renda suficiente para adquirir imóveis sem financiamento. Praticamente a totalidade da classe média, que necessita de financiamento, constitui o público alvo da carta de crédito da Caixa. A promoção da melhoria contínua da qualidade de vida da população é um dos objetivos da Caixa, com atuação no investimento do desenvolvimento urbano e nos segmentos de habitação, saneamento e infra-estrutura, e na administração de fundos, programas e serviços de caráter social.

No entanto, atuar na faixa de renda situada abaixo da linha de financiamento é um grande desafio a ser vencido por essa instituição, pois só é possível uma intervenção em favor das classes de baixa renda se houver a atuação do governo e da sociedade, de forma a criar alternativas não convencionais e induzir a participação efetiva dos beneficiários.

Pela experiência observada na atuação do BNH é possível concluir que as camadas mais carentes de financiamento e habitação são famílias com renda abaixo de três salários mínimos, pessoas cuja renda não suporta a contrapartida exigida dos mutuários. Como resultado, esta camada investe na auto-construção, caracterizada por uma produção intensiva e nem sempre eficiente. (Figura 7 e 8)

FIGURA 7: Auto-construção no Rio de janeiro, favela do Vidigal.
Foto: Autora, 2006.

FIGURA 8: Auto-construção em Belo Horizonte, favela Morro do Papagaio.
Foto: Stael Alvarenga, 2006.

Mesmo com seu cunho social, o público alvo da Caixa hoje é a camada da população que pode pagar o financiamento. Os contratos de viabilidade da carta de crédito possuem pré-requisitos que avaliam a capacidade de pagamento, analisam o fator de risco da operação, entre outros fatores que só se encaixam no perfil das camadas de média e alta renda.

O mercado segue a mesma tendência com a especulação imobiliária e valorização do solo, ao criar áreas altamente segregadas e voltadas para ocupação das classes abastadas da sociedade, expelindo as classes populares. A atividade imobiliária é atraída por empreendimentos de lucro garantido apoiando-se numa clientela que não passa por crises financeiras e não é abalada pelos problemas econômicos do país.

Aline Sousa (2006) afirma que as estratégias de mercado envolvem um ciclo de criação de novos usos e espaços e desvalorização dos antigos de forma que a demanda esteja sempre crescente. Os antigos bairros que eram os melhores, o deixam de ser, perdem valor, as pessoas se mudam em busca dos melhores lançamentos e os apartamentos antigos, vazios, criam uma reserva que faz com que o preço do mercado caia. Estes locais são ocupados por famílias de renda inferior e toda a região passa por uma depreciação que valoriza ainda mais os novos empreendimentos.

A autora afirma, ainda, que a dinâmica do mercado é fruto da valorização e desvalorização intra-urbana empreendida pelos investimentos imobiliários, que regulam o mercado e modificam o estoque de imóveis e a estrutura de preços. O mercado atua então de forma direta na produção do espaço urbano, criando efeitos de atração e repulsão, deslocando a demanda estruturando um padrão de urbanização altamente segregado segundo seus interesses. (SOUSA, 2006)

O Estado, que tem como função, garantir por meio de políticas urbanas, que o acesso a terra seja um direito de todos, não assume este papel. Pelo contrário, em muitos casos facilita a atuação do mercado imobiliário. No caso do Belvedere III, por exemplo, ocorreu modificação das leis para que o mercado imobiliário pudesse atuar na criação de um espaço elitizado voltado para classe alta de Belo Horizonte.

A localização constitui-se em um fator de atratividade do mercado, a distribuição dos equipamentos urbanos na cidade também tem um efeito direto na valorização da terra. Portanto, os locais mais acessíveis, com infra-estrutura consolidada são altamente visados pela especulação imobiliária.

As características naturais também têm papel importante nesta valorização do solo urbano. No caso do Rio de Janeiro, por exemplo, os imóveis da zona sul são altamente valorizados. Os preços dos imóveis em áreas próximas às praias, às lagoas e às florestas e matas preservadas desta cidade fazem com que exista uma concentração das camadas de maior renda da população nesses locais. Quando comparadas a áreas semelhantes em outras metrópoles brasileiras, essas localizações superam as médias nacionais de concentração de renda. (Figura 9)

FIGURA 9: Vista dos bairros do Leblon e Humaitá, na zona sul do Rio de Janeiro, muito valorizados pelo mercado imobiliário.
Fotos: Autora, 2006.

Apresentaremos a seguir o resultado desta atuação do setor imobiliário na paisagem criando um espaço homogeneizado e similar. É interessante observar como o mercado atua na criação destes espaços e na formação de suas identidades, utilizando processos similares de estratégias de venda, de sofisticação de programas e de princípios de valorização locacional em diversas cidades brasileiras, como observado em Recife, no Rio de Janeiro, em São Paulo e em Belo Horizonte. (Figuras 10 a 13)

FIGURA 10: Visada panorâmica do bairro de Casa Forte, Recife.
Fotos: Claudia Loureiro, 2004.

FIGURA 11: Edificações multifamiliares na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro.
Foto: Vera Tângari, 2007.

FIGURA 12: Edificações multifamiliares em São Paulo.
Foto: Silvio Macedo, 2007.

FIGURA 13: Edificações na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro.
Foto: Vera Tângari, 2007.

1.3 – Estratégias de marketing e padrões arquitetônicos da casa ideal

Como discutido nos itens anteriores podemos afirmar que o mercado imobiliário influencia na formação da cidade por meio de sua capacidade de criar e valorizar espaços residenciais. Para tanto, o mercado conta com um *marketing* forte que tem papel essencial na criação da identidade para os novos empreendimentos. Passaremos agora a uma análise das estratégias de marketing que atuam na formação dos novos assentamentos urbanos, criando demandas e influenciando nas transformações da paisagem.

Claudia Loureiro e Luis Amorim (2005) apresentam um estudo da atuação do marketing no mercado imobiliário de Recife. Podemos destacar que, como levantado por Lilian Vaz (1994) no caso do Rio de Janeiro, no Recife as habitações multifamiliares também não eram avaliadas positivamente pelas classes mais altas da população. A introdução deste tipo de edificação se deu a partir de 1930, mas somente a partir de 1940 e 1950 se popularizam para a classe média e média alta. Foi a partir desta época que os encartes promocionais ganharam mais espaço como mídia apresentando imagens e *slogans.*

A segurança e a praticidade, entre outros fatores, são características muito atraentes dos edifícios multifamiliares, e como tal são muito divulgadas nos anúncios publicitários. O marketing imobiliário acompanha as mudanças no público alvo e as novas demandas sociais. Os autores afirmam que as campanhas promocionais atuam no intuito de encorajar o consumo, despertando no consumidor o desejo de comprar para satisfazer suas necessidades básicas ou um desejo compulsivo.

Tomando como princípio o fato de que os conceitos que guiam o mercado imobiliário são as referências que fundamentam a atividade de projeto deste tipo de objeto arquitetônico, poderíamos analisar os atributos arquitetônicos e urbanos a partir do produto apresentado nas peças promocionais.

Philip Kotler *et al.* (2006) afirmam que *marketing* é mais do que promoção, é o fator responsável por projetar um lugar de modo que satisfaça as necessidades do seu mercado-alvo, para garantir o sucesso do empreendimento. Sendo assim, o primeiro passo seria definir o **público-alvo**:

a) Investidores – bancos, financeiras, empreendedores, incorporadoras;

b) consumidores – famílias, grandes ou pequenas, casais, pessoas solteiras, pessoas de classe baixa, média ou alta.

Uma vez selecionado o público-alvo busca-se traçar um **plano estratégico** onde:

a) estuda-se a necessidade do cliente por meio de pesquisas de mercado – por exemplo: se existem crianças, há demanda por parques infantis e espaços de diversão; se existem jovens, são criados espaços para ensaios de bandas; se o cliente é um casal ou uma pessoal solteira, o apartamento tem 1 ou 2 quartos e não há necessidade de equipamentos infantis, mas os serviços como arrumadeira, lavanderia, telefonista fazem-se necessários;

b) estabelecem-se fatores de atratividade do local e entorno – as belezas naturais são sempre ressaltadas (praias, montanhas, florestas, além da infra-estrutura de compras e acessos) e outro fator de interesse para o mercado é o tipo de ocupação do entorno: ocupações de alta renda se desenvolvem em locais onde já existam ocupações de alta renda, sendo a segregação um fato determinante;

c) identificam-se as principais tendências do mercado – o empreendimento deve oferecer sempre algo a mais, mas no mínimo deve ter tudo que os outros tem, por exemplo, se as tendências do mercado são criar os espaços *Gourmet* o empreendimento deve apresentar este tipo de espaço, mesmo que com nomes diversos como Terraço *Gourmet*, Espaço *Gourmet* etc.

O próximo passo é a **construção da imagem** do lugar. Os autores consideram que “a imagem é influenciada pela percepção de uma pessoa e pode ser bastante específica: estar relacionada a uma impressão ou ser composta de um amplo conjunto de conceitos.” (KOTLER *et al*. 183: 2006)

Os autores apontam ainda, que as diretrizes para delinear a imagem de um lugar incluem:

a) Refletir a realidade – se o que for divulgado não corresponde à realidade o empreendimento perde credibilidade;

b) Não exaltar exageradamente – o excesso de elogios também afeta a credibilidade do local;

c) Deve ser objetiva – deve ser divulgada uma imagem definitiva do lugar, e evitar imagens múltiplas, para deixar claro para o publico o conceito e evitar confusões;

d) Deve ser atraente – a imagem deve fazer com que as pessoas queiram morar lá;

e) Ser diferenciada – o produto apresentado deve ser capaz de se diferenciar dos demais ofertados pelo mercado.

Claudia Loureiro e Luis Amorim (2005:3) afirmam que "as mensagens veiculadas reúnem o sonho de uma vida contemporânea, aliado a nobreza e tradição, amoldando o gosto da nova classe média, oferecendo tanto uma vida de fantasia quanto um conjunto de valores culturais." (grifo da autora)

Estes autores realizaram um levantamento em prospectos de lançamentos imobiliários e na internet para identificar o conceito, as palavras-chave e as imagens-chave que contribuem para estabelecer a imagem da residência ideal em Recife. Os atributos principais foram descritos, classificados e agrupados em quatro categorias que, segundo os autores, atuam de forma inter-relacionadas para induzir uma experiência de vida nova:

"(a) a localização do imóvel, ressaltando as qualidades da vizinhança seja do ponto de vista histórico ou ambiental e paisagístico, e o acesso a serviços oferecidos na área;

(b) o programa arquitetônico das unidades individuais, serviços e instalações comuns;

(c) a altura ou o número de andares da edificação – esta categoria foi especialmente destacada, pois o processo de excessiva verticalização da cidade, concentrado, sobretudo, em alguns bairros habitados por população de maior renda, vem gerando debates sobre a qualidade urbana da cidade e sobre seu futuro;

(d) o nome do edifício e do conjunto, que tanto evoca temas da história local (lugares, edifícios históricos etc.), quanto glamour e fascinação (aristocracia, nobreza, etc.), ambos associados à conquista de status e diferenciação social." (grifo da autora) (LOUREIRO e AMORIM, 2005: 3)

Os autores identificam ainda quatro estratégias conceituais:

(a) imitação, traduzindo estilos de vida do estrangeiro;

(b) simulação, induzindo e reforçando atributos não-existentes;

(c) representação, por referências simbólicas a tempos passados e lugares; e

(d) identificação com aspectos culturais da sociedade local. (grifo da autora)

A apresentação da imagem produzida, segundo Kotler *et al.* acontece de duas formas distintas: por meio de **slogans** ou **símbolos visuais**. Os *slogans* são apresentados em forma de frases de efeito que definem o conceito do empreendimento como: 'viver em grande estilo... ', 'privacidade e segurança...'; 'ponto nobre (do bairro)...', 'arrojado e sofisticado ...'; 'tradição em morar ...' – que, segundo Loureiro e Amorim (2005:2), ilustram como certos atributos da vida moderna estão associados às características arquitetônicas dos empreendimentos imobiliários no sentido de construir uma "cultura do morar".

O termo cultura é utilizado pelos autores “no sentido de certos padrões de comportamento e esquemas cognitivos identificáveis e associados a uma classe social e que definem códigos e convenções de uso.“ Estão portando relacionados à constituição de significados e representação de modos de conduta social. (LOUREIRO e AMORIM, 2005:2)

Os símbolos visuais podem ser logotipos que definam o empreendimento ou remetam à construtora, ou ilustrações representativas dos espaços. Estas últimas são muito utilizadas atualmente para apresentar ambientes de forma foto realística. São utilizados recursos tecnológicos para que o cliente consiga ver qual será a aparência final do empreendimento antes mesmo que a fundação do edifício seja construída. Os primeiros prospectos apresentavam apenas as plantas baixas dos edifícios, mas como a figura plana, em duas dimensões (2D) não é legível para todos os clientes, a representação em três dimensões (3D) ganhou campo e em alguns casos a planta não é apresentada, apenas as figuras representativas dos espaços. (Figura 14)

Nem sempre o que está sendo apresentado corresponde à realidade do que será construído. As figuras podem ser manipuladas de forma a apresentar uma imagem ideal do lugar e seduzir o consumidor, apresentando itens de interesse como vegetação abundante, vista para a montanha ou mar, áreas de lazer completas, dentre outras. Mas se apresentarem pontos muito divergentes da realidade, como uma torre em meio a árvores em um local de conhecida alta densidade construtiva, o empreendimento perde credibilidade.

FIGURA 14: Imagem 2D e 3D apresentada por anúncio de empreendimento. Fonte: Site da construtora: www.gafisa.com.br. Acesso em 06/05/2006.

A propaganda dos empreendimentos pode ser apresentada em diferentes canais de comunicação: programas de televisão, revistas, jornais, folhetos, internet e outdoors, o interesse varia de acordo com o público-alvo, o alcance e o custo. O jornal e os folhetos são as formas mais comuns por apresentarem um alcance desejável e baixo custo; a internet é um meio novo, também de baixo custo, mas que atende a um público mais restrito sendo muito interessante para os empreendimentos voltados para o mercado de luxo e alto luxo.

O *marketing* se desenvolve em quatro pontos básicos segundo Kotler *et al.* (2006):

a) o *marketing* de imagens, com a criação do caráter do lugar; (Figura 15)

b) o *marketing* de atrações, que apresenta e investe em atrações especificas que definam a imagem do lugar como: paisagismo, lazer e entretenimento, determinando fatores de atração a partir do perfil do consumidor, tais como: meditação, “espaços zen”, academias, quadras esportivas, piscinas, sala de jogos, serviços de babá, faxineira, manobrista, *personal trainer* etc.;

c) o *marketing* de infra-estrutura, onde se cria um conjunto que vai muito além do atendimento básico, representado por água, esgoto encanado, energia elétrica, gás e telefonia. Deve apresentar os mais modernos esquemas de segurança e de tecnologia como: aquecimento solar, *shafts* de manutenção, rede de internet, TV a cabo entre outras facilidades que retratam a infra-estrutura do edifício;

FIGURA 15: Propaganda de empreendimento no Rio de Janeiro vinculada pela *internet*, nota-se a associação do empreendimento a imagens de relaxamento, lazer, diversão e natureza.
Fonte: Site da construtora: www.gafisa.com.br. Acesso em março de 2006.

d) o *marketing* de pessoas, que associa a imagem do empreendimento à imagem de artistas, políticos, empresários ou pessoas influentes, tornando-o mais atraente e proporcionando maior credibilidade. No caso do Rio de Janeiro artistas são colocados como referencial: se o público-alvo pertence à classe de alta renda são apresentadas celebridades e, se for um lançamento para a classe média, os personagens populares interpretados nas novelas são evocados.

Ao avaliar a oferta para escolher o edifício "ideal", Kotler *et al*. (2006) afirmam que o consumidor passa por seis etapas: analisa possibilidades; procura referenciais; analisa as vantagens; busca definir as necessidades básicas; analisa se o que a empresa anuncia é realidade; define a localização ideal e o edifício mais atraente. Suas fontes de informação podem ser pessoais (familiares e amigos), comerciais (propaganda, vendedores), públicas (meios de comunicação de massa) ou experimentais (visitas).

Tendo em vista estes pontos o mercado trabalha então para convencer o consumidor de que está oferecendo o melhor produto, o produto "ideal". Loureiro e Amorim (2005:2) acreditam que "a premissa básica é a de que através dos atributos anunciados, expectativas em torno do morar são criadas e recriadas, o que vem, por sua vez, alimentar a formulação de programas arquitetônicos, bem como constituir uma certa cultura do morar."

Os autores afirmam que a produção da casa está vinculada à realização de um sonho. A casa ideal esta ligada à identidade social e o *marketing* imobiliário funciona vendendo um ideal de conforto, segurança, privacidade aos consumidores deste sonho. O marketing introduz constantemente novos produtos no mercado, que satisfaçam às expectativas dos consumidores e, também, cria novas necessidades. (LOUREIRO e AMORIM, 2005)

Por meio do marketing a necessidade de aquisição de um lugar perfeito para morar é mantida viva e constante, já que sempre são apresentados novos empreendimentos que superam os antigos. Aplicado às classes de renda mais alta, que tem maior capital para investir e procuram habitações que atendam a todas as suas necessidades de conforto e segurança, este mercado apresenta uma renovação e um crescimento muito maior que os demais setores construtivos.

A habitação, portanto, tem um caráter complexo, pois é um objeto de consumo, mas é um fator que se relaciona com a sociedade, com as atividades do dia a dia e detém valores sentimentais agregados a valores comerciais. Cabe ao mercado portando decifrar os códigos sociais e criar o produto "ideal", ou seja, uma habitação altamente rentável e que seja o reflexo dos interesses do consumidor.

1.4 – Paisagem: observação, ação e reação

O conceito de paisagem é vasto e são inúmeros os autores que estudam a paisagem e discorrem sobre ela. Iniciaremos este estudo com a definição de Cosgrove (1998: 98) que afirma que a palavra paisagem "surgiu no Renascimento para indicar a **relação entre os seres humanos e seu ambiente**, quando surgem as primeiras pinturas em perspectiva. Ao iniciar-se a pintura da paisagem na Europa, esta logo foi incluída na poesia, representação teatral, jardins e concepção de parques." Neste momento a paisagem começa a ser representada nas pinturas e, portanto, observada e reproduzida. Para o autor paisagem é uma "maneira de ver", uma "maneira de compor" e harmonizar o mundo externo em uma "cena", em uma **unidade visual**.

Entendendo desta forma, paisagem é tudo o que podemos observar, e, cada pessoa, poderá ter uma percepção diferente. É o que afirma Vicente Del Rio quando declara que o conceito de paisagem "é muito amplo e envolve diversos aspectos, variando de acordo com a **percepção individual**." (DEL RIO, 1996: 21)

Reforçando este aspecto individual da percepção da paisagem, Silvio Soares Macedo afirma que paisagem "está ligada a uma **ótica de percepção humana**, a um ponto de vista social e que sempre representa total ou parcialmente um ambiente." (MACEDO, 1993: 11).

Paisagem, portanto, é um "cenário que nos rodeia participa e conforma o nosso cotidiano" (DEL RIO, 1996: 24). Este "cenário" é "mutável" e "produz quadros visuais, dinâmicos e surpreendentes" (COLLEN, 1996). Este dinamismo e mutação, que permitem que a paisagem seja diversa e nunca igual, acontecem, em parte pela percepção individual do observador, e em parte, pela soma dos diversos elementos que compõe a paisagem agregados aos seus fatores de influência.

Dentro desta linha de pensamento, Fábio Gonçalves afirma que "a paisagem é uma **materialização histórica** da relação dinâmica entre os elementos e sistemas naturais e fabricados." (GONÇALVES, 1999: 26)

Sendo assim, teríamos dois tipos de paisagem: a) **paisagem natural** "meio geográfico propriamente dito (relevo, vegetação, hidrografia e clima)"; e b) **paisagem cultural**, "quando o meio geográfico se viu transformado pelo homem, graças às suas atividades econômicas, habitações, vias de comunicação etc." (GROSSI, 1996).

Portanto a paisagem que pretendemos estudar é a cultural, uma paisagem onde o homem atua. Podemos identificar estes fatores condicionantes da ação antrópica sobre a natureza como: "físico-naturais, legais, sócio-culturais e funcionais de apropriação." (TÂNGARI, 1999: 90).

A atuação do homem sobre a paisagem, segundo Silvio Macedo, pode ser feita de duas formas distintas: a) a paisagem em que a sua intervenção criou, há muito, um **equilíbrio estável** dos fatores ecológicos; b) a paisagem em que a sua intervenção resulta em **desequilíbrio permanente,** entendida por Macedo como paisagem artificial. (MACEDO 1993)

Ou seja, ao atuar na natureza o homem cria dois tipos de paisagem, uma onde sua atuação se equilibra, e outra, onde o desequilíbrio é irreversível. A partir daí, poderíamos entender que o planejamento dos novos assentamentos poderia ser capaz de criar espaços de equilíbrio estável, onde os impactos ambientais seriam minimizados. Seria possível atender à demanda por novas zonas de ocupação, sem colocar em risco o equilíbrio natural.

Ao criar novos assentamentos, expandir seus limites, a urbanização interfere na paisagem. Neste sentido, Silvio Soares Macedo (1993:4) ressalta que:

> 1- "As formas de **assentamento humano** obedecem a certa **padronização**, diferenciando-se ponto a ponto, **independente** do ambiente em que se situam em termos de suporte físico da **paisagem**."

> 2- "**A conservação dos recursos paisagísticos** não se efetiva na prática devido, dentre outras causas, à absoluta **falta de critérios** para a sua avaliação e à conseqüente **ausência de consenso** sobre qual seria realmente sua importância. Estes recursos são utilizados até o seu esgotamento pelas diversas formas de ocupação do território e, em especial, pelos **empreendimentos imobiliários**."
>
> 3- "A **velocidade de transformação** da paisagem e do ambiente em todas as frentes deste processo, no território nacional, **exige** dois tipos de **ação**: aquelas de curto prazo, **profiláticas**, que devem se adiantar aos processos de ocupação; e aquelas a médio e longo prazo, derivadas de processos clássicos de estudo e pesquisa, que devem acompanhar os processos de ocupação social do território que nos permite identificar, de imediato, conflitos presentes e futuros e **assumir posições políticas** de efeito profilático." (grifo da autora)

Ocorre, segundo Macedo (1993), a incidência de tipologias de assentamentos onde se inserem na paisagem os mesmos elementos e edificações, independentemente da especificidade local, o que evidentemente contribui para a degradação ambiental. Ao passo que as características de solo, clima, hidrografia, vegetação, relevo não são respeitadas, a conseqüência evidente passa a ser o desequilíbrio ambiental.

Crichyno (2000: 56) reforça esta idéia ao afirmar que:

> "a rapidez com que a cidade se expande e se verticaliza, com aterros, desmontes, erosão e desmatamento, se colocam à frente dos procedimentos de controle e gestão, que, apesar de embasados numa legislação ambiental urbana abrangente e genérica, ainda são, na maior parte das situações, ineficientes e inadequados, culminando em uma grande perda de recursos paisagísticos e sócio-ambientais."

Dentre todos estes conceitos de paisagem podemos concluir que a percepção da paisagem dependente do ponto de vista do observador; e a mesma sofre alterações com ações antrópicas. Questão bem elucidada por Macedo (1993) ao considerar a paisagem como um **produto** e um **sistema.**

Para o autor paisagem é **"**um **produto** por ser resultado de um processo social de ocupação e gestão de um território; e como **sistema**, na medida em que, a partir de qualquer ação sobre ela impressa, com certeza haverá uma reação correspondente, no caso equivalendo ao surgimento de uma alteração morfológica parcial ou total." (MACEDO 1993)

No quarto capítulo apresentaremos uma análise da paisagem como um produto e um sistema, identificando no nosso estudo de caso os condicionantes e os resultados decorrentes da intervenção da área.

CAPÍTULO 2

- 2.1 – Localização e características
- 2.2 – Contexto urbano
- 2.3 – Origens do Belvedere III
- 2.4 – O processo de criação do bairro

CAPITULO II

Delimitação da Área de Estudo

2.1 – Localização e características

O município de Belo Horizonte está situado no centro-sul do Estado de Minas Gerais e é o terceiro maior do país. Possui 2,1 milhões de habitantes em seus 335 km² e outros 2 milhões na região metropolitana[2]. O município faz divisa com Nova Lima e Brumadinho ao sul, Sabará e Santa Luzia a leste, Vespasiano a norte, e com Ribeirão das Neves, Contagem e Ibirité, a oeste.

Segundo dados da Prefeitura de Belo Horizonte, as altitudes variam entre 650 e 1500 metros: a maior área correspondente a norte e sudoeste está sob cotas entre 751 e 1000 metros. As menores altitudes ocorrem a nordeste, entre 650 e 750 metros; as maiores, nos limites a sul e sudeste, entre 1001 e 1150 metros nas encostas, e podendo atingir 1500 metros, no topo da Serra do Curral.

O município de Belo Horizonte é dividido em cinco regionais administrativas: Oeste, Venda Nova, Pampulha, **Centro Sul** e Noroeste. A região **Centro-Sul** é formada por 49 bairros, possui área territorial de 32,49 Km² e população de 260.524 habitantes, segundo dados da Prefeitura. Gerenciada pela Secretaria de Administração Regional Municipal Centro-Sul (Sarmu-CS), a região foi dividida em 13 Unidades de Planejamento (UP's). As UP's são unidades espaciais que reúnem um ou mais bairros e favelas, com características homogêneas de ocupação de solo e respeitando-se os limites das barreiras físicas, naturais ou construídas. (Figura 19)

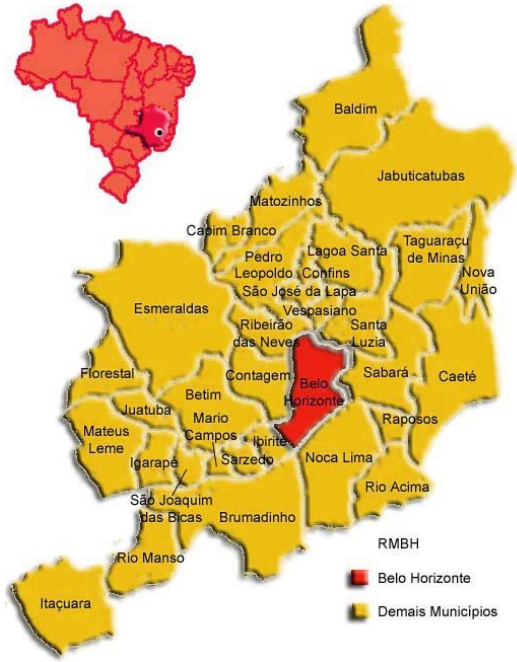


FIGURA 16: Mapa de localização de Belo Horizonte em Minas e na Região Metropolitana, RMBH.
Fonte: Adaptado de mapa da Prefeitura de Belo Horizonte disponíveis no site http://www.pbh.com.br, consultado em 10/05/2006.
Desenho: Autora 2007.

[2] Dados disponíveis no site: http://www.bhcvb.com.br/bh.html, consultado em 20 de maio de 2006.

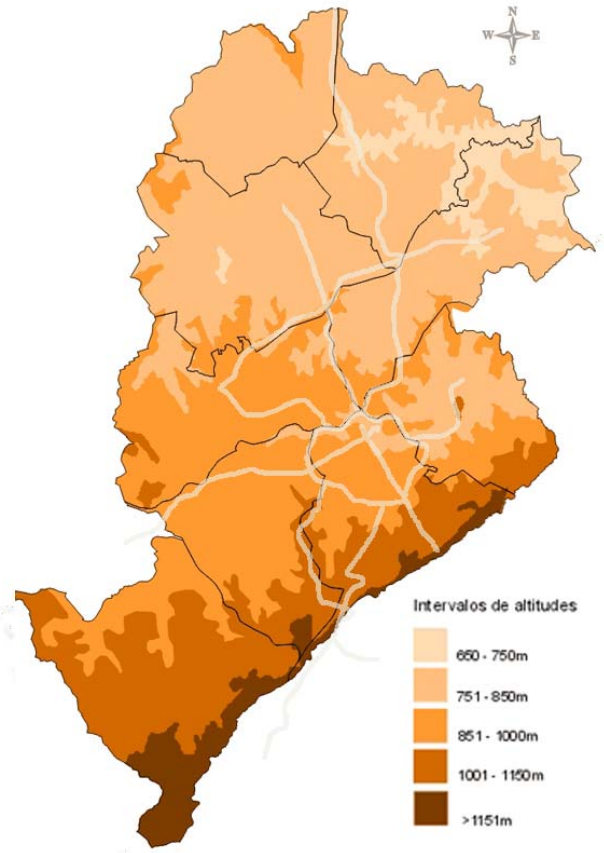


FIGURA 17: Adaptado de mapa de Altimetria Belo Horizonte.
Fonte: Mapa da Prefeitura de Belo Horizonte disponíveis no site http://www.pbh.com.br, consultado em 10/05/2006. Desenho: Autora 2007.

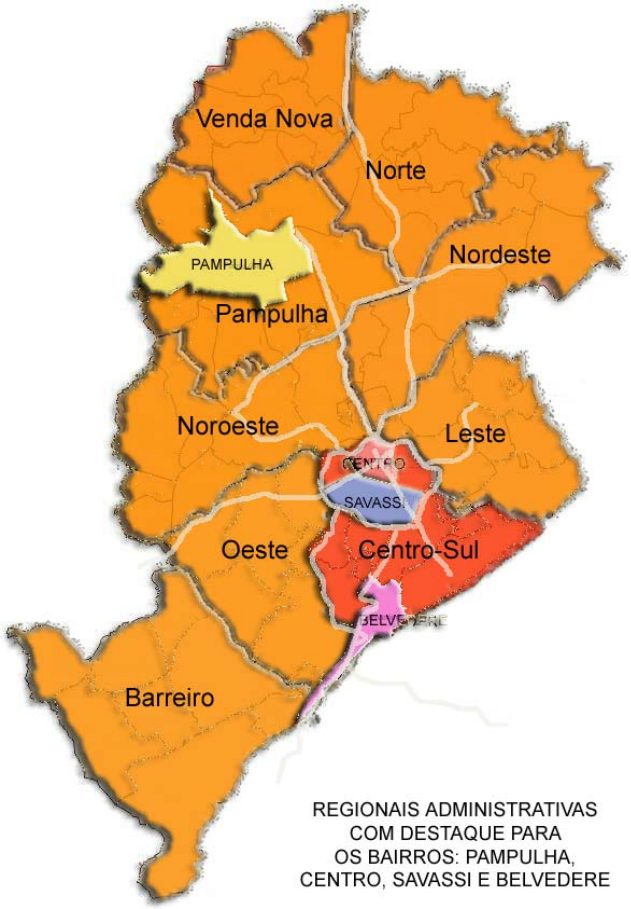


FIGURA 18: Mapa de Indicação das Regionais administrativas do município de Belo Horizonte.
Fonte: Adaptado de mapa da Prefeitura de Belo Horizonte disponíveis no site http://www.pbh.com.br, consultado em 10/05/2006. Desenho: Autora 2007.

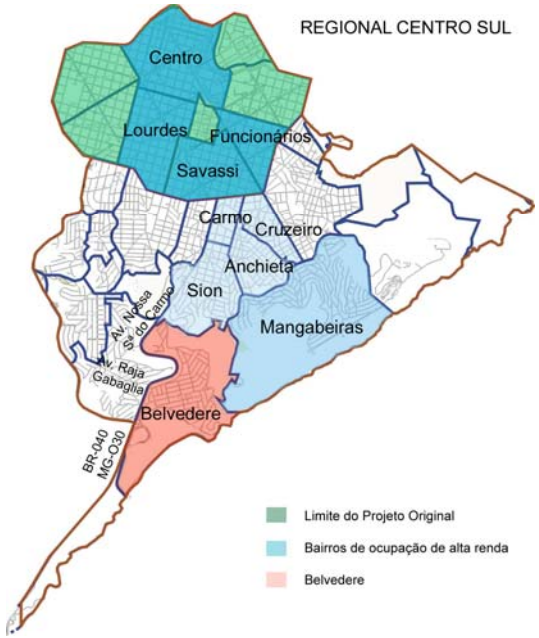


FIGURA 19: Mapa da regional Centro Sul caracterizada por ocupação de alta renda.
Fonte: Arquivo digital PRODABEL, 2000. Desenho: Autora, 2007.

O bairro Belvedere está inserido na Regional Centro-Sul, na UP Belvedere. Sua localização privilegiada permite acesso direto pelas vias de maior fluxo da região: a Rodovia Federal BR-040, que liga Belo Horizonte ao Rio de Janeiro; a Rodovia Estadual MG-030, que faz a conexão de Belo Horizonte à Nova Lima; e as Avenidas Raja Gabaglia, ligando o bairro ao Centro, e Nossa Senhora do Carmo, ligando o bairro à Savassi, importante ponto de comércio de alta renda da região. (figura 20)

Agregado ao sistema viário bem estruturado, outra característica da área é a presença de uma infra-estrutura de serviços forte, com empreendimentos comerciais de grande porte, como os *shoppings* BH e Ponteio Lar, além de hipermercados, concessionárias de veículos, lojas de material de construção, Hospitais especializados, entre outros serviços como banco, padarias e hortifrutigranjeiros.

A área do recorte, o bairro **Belvedere III**, é uma área de expansão do bairro Belvedere implantado no limite da cidade com o município de Nova Lima, este, já conurbado tem como única barreira uma linha de trem de carga desativada de uma mineradora. Os serviços encontrados em Nova Lima tornam ainda mais completa a oferta de serviços e infra-estrutura encontrada nas proximidades do bairro. Lá podem ser encontrados grandes equipamentos como hospitais, de diversas especialidades, escolas, faculdades e opções de lazer noturno, como bares, boates etc.

O bairro está inserido aos pés da Serra do Curral, dentro dos limites da área de tombamento. A Serra é um dos pontos de maior interesse paisagístico do município de Belo Horizonte, considerada um de seus símbolos. Sendo assim, o Belvedere está implantado em uma área nobre da cidade caracterizada por uma infra-estrutura completa de serviços, lazer e viária, além do apelo natural da Serra, com suas visadas para a Serra e a cidade e o clima mais ameno da região, devido às altas cotas. (figura 20)

FIGURA 20: Mapa Belvedere III e entorno.
Fonte: Arquivo digital PRODABEL, 2000.
Desenho: Autora, 2007.

A Serra do Curral, além de suas características paisagísticas, é um dos principais distritos minerais do Brasil e compõe o Quadrilátero Ferrífero. A mineração ocorre na Serra desde 1940, em 1950 quando a *Hanna Corporation* anunciou a intenção de iniciar as atividade na parte mais visível da Serra, ocorreu uma mobilização dos governos estadual e municipal, que culminou, em 1960, no seu tombamento pelo SPHAN, Secretaria de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.[3] A Serra recebeu inscrição de número 29, folha 8, no Livro de Tombo Número Um – Arqueológico, Etnográfico e Paisagístico.

A pesquisa realizada por Maura Ferreira (2003) sobre a Serra do curral – **"A proteção do patrimônio natural urbano:** estudo de caso sobre a serra do Curral." – é um importante estudo sobre os impactos resultantes da ocupação da área no complexo hidrológico local. A autora considera que o tombamento foi o primeiro passo para um reconhecimento da importância da Serra do Curral na paisagem da cidade e uma afirmação de seu significado simbólico.

O tombamento evitou que ocorresse o desmonte da Serra, mas a vertente sul, situada na área de Nova Lima, e algumas áreas da vertente norte não foram incluídas na área de tombamento, sendo reservadas para atividades de mineração, ocupação altamente degradante. (Figuras 21)

A vertente norte, pertencente a Belo Horizonte, foi protegida da mineração, mas não da especulação imobiliária, que conseguiu a despeito do tombamento, da legislação vigente e de laudos técnicos[4] contrários à ocupação urbana da Serra implantar diversos bairros na área, entre eles, o Belvedere III. (Figuras 22)

FIGURA 21: Mineração na Serra do Curral.
Foto: Silvio Macedo, 2001.

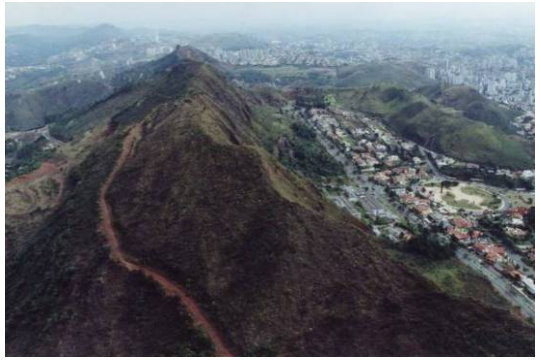


FIGURA 22: Ocupação urbana na Serra do Curral – bairro Mangabeiras.
Foto: Silvio Macedo, 2001.

[3] Hoje nomeado Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN).

[4] Em parecer geológico realizado pela equipe do geólogo Edésio Ferreira, da Sociedade Brasileira de Geologia, em 5 de abril de 1988, são destacadas a fragilidade do solo da Serra em pontos menos inclinados e nas cotas mais baixas, e a alta inclinação da Serra ao atingir cotas mais altas. O parecer atesta, ainda, que a drenagem na área é irregular, o que causa instabilidade natural na região. Edésio Ferreira conclui o parecer afirmando que a região é complexa e desfavorável a ocupação.

Sob a Serra do Curral incidem leis de proteção que legislam sobre o patrimônio ambiental compreendendo a legislação de proteção ao patrimônio Cultural (Lei Municipal nº 3.802/84); passam pela legislação ambiental (Lei Municipal nº 4.253/85); Lei Orgânica do Município (1990), reforçadas ainda pela legislação urbanística, por meio do Plano Diretor (1996) e da Lei de Uso e Ocupação do Solo (Lei de nº 7166/96) e sua revisão (Lei de nº 8.137/00).

Entre estas cabe destacar:

1) A lei Municipal nº 3.802/84 de 1984 que apresenta considerações sobre a proteção ao patrimônio histórico e artístico nacional, criando o Conselho Deliberativo do Patrimônio Cultural do município de Belo Horizonte, que deliberou sobre a Serra do Curral delimitando o perímetro sujeito a proteção. De acordo com a determinação do Conselho a Serra foi tombada no âmbito municipal, sendo inscrita no livro do tombo histórico e no livro do tombo Arqueológico, Etnográfico e Paisagístico.

2) A lei orgânica do município de 1990 que determina que o desenvolvimento urbano ocorra respeitando a proteção, preservação e recuperação do meio ambiente e do patrimônio histórico e artístico e arqueológico (art. 186). Para que isto ocorresse foram consagrados instrumentos urbanísticos como: Plano Diretor, legislação de parcelamento, ocupação e uso do solo, transferência do direito de construir, tombamento, desapropriação e servidão administrativa. A Lei orgânica determina o tombamento de alguns locais como monumentos naturais, paisagísticos, artísticos ou históricos para fins de preservação, entre eles, a Serra do Curral.

3) E o Plano diretor de 1996 que apresenta leis ambientais que visam a proteção do patrimônio natural em vistas de um desenvolvimento mais equilibrado. O Plano Diretor de Belo Horizonte determina a área do Belvedere III como uma Área de Diretrizes Especiais (ADE) de uso exclusivo residencial unifamiliar. Inseridas em Zonas de Proteção (ZPs) e Zonas de Proteção Ambiental (ZPAMs). Parte da Serra onde se insere o Belvedere III foi determinada como ZP-3: "regiões em processo de ocupação, que será controlado visando à proteção ambiental e preservação paisagística". Parte do bairro referente à área da Lagoa Seca é determinada como ZPAM – "regiões que, por suas características e pela tipicidade da vegetação, destinam-se à preservação e à recuperação de ecossistema (...)" – onde é vedada ocupação. Em 2000 o plano diretor passou por revisão, mas, a área do Belvedere III continuou com mesmo zoneamento determinado em 1996 alterando-se apenas a área da quadra 84 de ZP-3 para Zona Especial.

A aprovação do bairro em estudo, Belvedere III, ocorreu a despeito de toda a legislação de proteção a Serra do Curral e desconsiderando outros mecanismos como a exigência de estudo de impacto ambiental para fins de aprovação de loteamento em áreas de interesse ambiental previsto pela Legislação Ambiental Federal (Resolução do CONAMA nº 01/86).

Além da legislação de proteção ao patrimônio histórico, paisagístico e ambiental existem questões ambientais e técnicas que tornam a área imprópria para ocupação urbana. O bairro foi edificado na área de maior concentração de mananciais aqüíferos da região metropolitana de Belo Horizonte conforme podemos constatar pelo mapa de reservas subterrâneas de água, na região sul-sudoeste estão concentradas as principais reservas. (Figura 23)

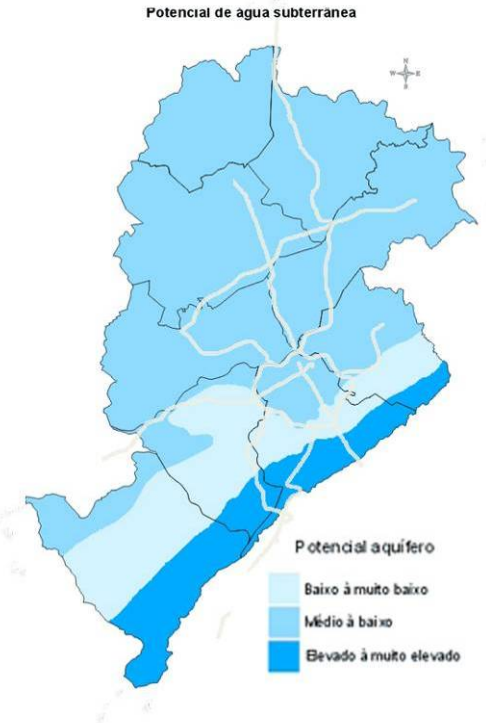


FIGURA 23: Mapa de reserva de mananciais.
Fonte: Adaptado de mapa da Prefeitura de Belo Horizonte disponíveis no site http://www.pbh.com.br, consultado em 10/05/2006.
Desenho: Autora, 2007.

Em outubro de 1994 houve uma convocação do Conselho Municipal de Meio Ambiente (COMAM) para que fosse procedido o licenciamento ambiental corretivo do empreendimento. Esta convocação foi ignorada pelas construtoras e nenhuma medida mitigadora dos impactos foi prevista ou implantada, não havendo, sequer, autuação por infração à legislação ambiental.

Segundo dados da Prefeitura, nos aqüíferos o solo apresenta constituição porosa saturada do manto de decomposição/cobertura de alteração que pode atingir espessuras superiores a 50 metros, variando normalmente entre 20 e 30 metros[5] Ou seja, os lençóis são muito superficiais e muito sensíveis à poluição proveniente de urbanização.

Os mananciais da região compõem a sub-bacia do Cercadinho que alimenta o Ribeirão Arrudas, contribuinte do Rio das Velhas, que integra uma das mais importantes bacias hidrográficas do Estado de Minas Gerais, a bacia do Rio das Velhas[6]. Ferreira descreve que o córrego Cercadinho é o de maior vazão da capital desde sua fundação e a Serra do Curral e entorno compõem área de recarga desta sub-bacia. (FERREIRA, 2003) (Figura 24)

Maura Ferreira (2003) acrescenta ainda, que, em 1997, o Conselho de Política Ambiental do Estado de Minas Gerais (COPAM) aprovou o enquadramento do córrego do Cercadinho como classe especial (Deliberação Normativa nº. 20/97), referente a águas destinadas ao abastecimento doméstico sem prévia ou com simples desinfecção, e destinadas à preservação do equilíbrio natural das comunidades aquáticas. Neste tipo de classificação não são tolerados lançamentos de águas residuárias, domésticas e industriais, lixo e outros resíduos sólidos, entre outras substâncias.

[5] http://www.pbh.gov.br, pesquisado dia 20 de maio de 2006.
[6] http://revista.fapemig.br/materia.phpid=68, pesquisado dia 4 de junho de 2006.

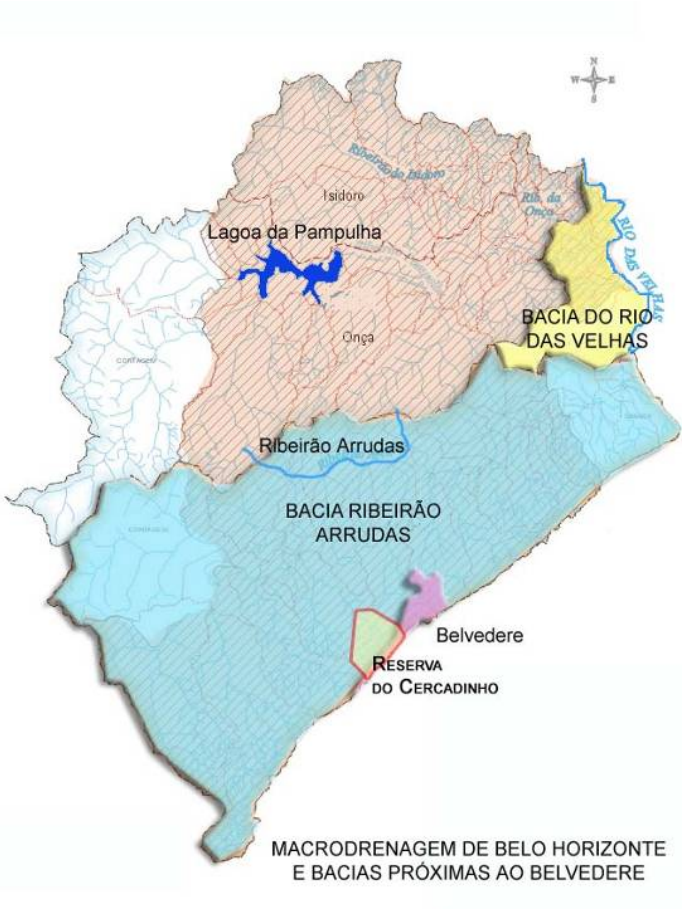


FIGURA 24: Localização do bairro Belvedere e das bacias do Ribeirão Arrudas e Rio das Velhas sob mapa de macrodrenagem da PBH.
Fonte: Adaptado de mapa da Prefeitura de Belo Horizonte disponíveis no site http://www.pbh.com.br, consultado em 10/05/2006.
Desenho: Autora, 2007.

Ferreira (2003) afirma que o pressuposto destas normas seria que tal área não deveria ser ocupada, ficando resguardada à finalidade de proteção dos recursos hídricos. A partir destes dados podemos concluir que a legislação não foi e não é capaz de impedir a ocupação de áreas tombadas. A legislação ambiental, mesmo sendo completa e abrangente, também não foi aplicada devido ao interesse do mercado imobiliário, fato recorrente em diversas localidades do Brasil.

2.2 – Contexto Urbano

A cidade de Belo Horizonte foi inaugurada em dezembro de 1897, construída e planejada para ser a sede da capital de Minas Gerais, representando o que havia de mais avançado na época em termos de tecnologia construtiva e tendências urbanísticas. Sua construção representava o fim de uma economia baseada na extração de minerais e o início de um novo governo, o republicano.

A área do povoado Curral Del Rey foi escolhida para a implantação da cidade por apresentar condições de clima e ventilação agradáveis e adequados, além da qualidade ambiental representada pela Serra do Curral, já valorizada na época e identificada no nome da nova capital: Belo Horizonte.

Para a construção da nova cidade o arraial foi completamente destruído e seus habitantes transferidos para outra região. A cidade foi projetada com muitas áreas livres vegetadas seguindo um conceito de cidade jardim e planejada para um público específico já apresentando traços elitistas e segregacionistas.

A cidade foi planejada por Aarão Reis e equipe e o saneamento e a circulação constituíam pontos focais do projeto seguindo modelos urbanísticos aplicados a Paris e Washington dividindo a cidade em três zonas distintas: a área central urbana, área suburbana e a área rural. (SILVA, L. 2002) (Figura 25)

A área central era delimitada pela rua Sete de Setembro, hoje avenida do Contorno, que como um anel circundava a cidade e constituía um limite de expansão. O traçado é geométrico e regular, estabelecendo um padrão de ruas retas cortadas por avenidas diagonais que formam um tabuleiro de xadrez.

Essa zona recebeu estrutura urbana e de transporte, por meio de bondes, equipamentos públicos e saneamento, além de edifícios públicos e concentração do comércio. O projeto original criava uma cidade com um grande parque central, o Parque Municipal, atualmente quatro vezes menor que a superfície original, que consistia no ponto de encontro da alta sociedade mineira, pois era um local de eventos, prática de esportes e lazer, além do popular *footing*.

A área rural foi criada na região sul próxima a Serra do Curral e foi constituída por cinco colônias agrícolas que abasteceriam a cidade com produtos hortigranjeiros, além de formar um cinturão verde.

Em 1897 o Brasil atravessou uma grande crise econômica que paralisou as obras da nova capital e a inauguração aconteceu por força de decreto, com a cidade ainda inacabada, fazendo com que o cenário existente à época da sua inauguração se apresentasse com intervenções pontuais em meio à cobertura verde original.

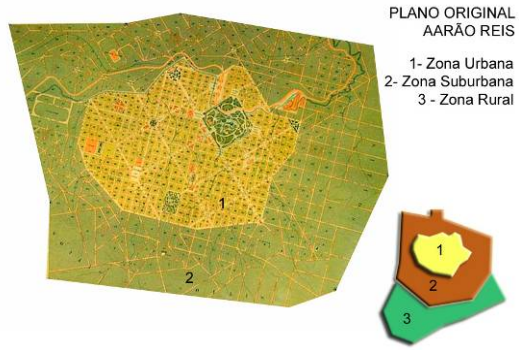


FIGURA 25: Mapa do zoneamento de Belo Horizonte: Plano original de Aarão Reis (1894).
Fonte: FABIANO, 2005.
Desenho: Autora, 2007.

Em 1918, como reflexo do fim da I Guerra Mundial, Belo Horizonte ganhou um novo impulso desenvolvimentista com a inauguração de grandes obras como o viaduto de Santa Tereza, a nova Matriz da Boa Viagem e o Mercado Municipal. Nas ruas, com mais carros, circulavam também os auto-ônibus que juntamente com os bondes faziam o transporte público.

Estes progressos trouxeram maiores possibilidades de expansão uma vez que facilitavam os acessos às regiões fora do contorno. Segundo Tânia Ferreira (1999), na década de 1930 a cidade cresceu seguindo o eixo de expansão oeste com uma ocupação natural de áreas vazias, sem planejamento, resultando em sérios problemas urbanos.

Ao tomar o poder, com a revolução de 1930, Getúlio Vargas adotou uma política de modernização da economia que criou o pólo industrial de Belo Horizonte, trazendo um novo impulso desenvolvimentista para a região, "a cidade passou a crescer da periferia para o centro". (SILVA, L. 2002: 19)

Segundo dados da Prefeitura de Belo Horizonte, a zona suburbana era caracterizada pela irregularidade das ruas. Sua população era formada pelas pessoas que ocupavam originalmente o arraial, que somavam 18 mil habitantes[7]; e ainda pelos trabalhadores da construção da nova capital ou outros imigrantes.

[7] Disponível em: http://www.pbh.gov.br consultado em 3 de junho de 2006.

Estas pessoas não possuíam poder aquisitivo para adquirir os terrenos da área Central, que eram altamente valorizados. A zona suburbana, portanto, era uma área de ocupação popular e não recebeu infra-estrutura de imediato. Villaça (2001) afirma que os investimentos se voltavam paras as ocupações de alta renda, representadas pelos bairros: Centro, Lourdes e Funcionários. (ver figura 19)

Luciana Silva (2002) destaca que na década de 40 o setor industrial se fortaleceu ainda mais com a criação do Parque industrial. A cidade então abandonou seu perfil administrativo e ganhou um comércio forte resultando na valorização do centro.

Sob o comando de Juscelino Kubitschek a cidade ganhou novo impulso de desenvolvimento com a criação do Complexo da Pampulha projetado pelo arquiteto Oscar Niemeyer, com projetos paisagísticos de Burle Marx e painéis de Portinari. Mas a tentativa de criação de um novo vetor norte de expansão, transformando a Pampulha em nova centralidade não se consolidou.

Segundo Villaça (2001), a Pampulha foi criada para as camadas de alta renda que já se expandiam em direção ao sul. Como a região centro-sul já se apresentava consolidada com comércio e infra-estrutura o vetor sul criado desde o início da capital era muito forte para ser redirecionado. (Ver Figura 26)

Na década de 50, com a criação da CEMIG, Central de Energia Elétrica de Minas Gerais, a indústria se beneficiou e a economia da cidade cresceu ainda mais. A cidade se tornou mais densa com o grande êxodo rural da época e o número de habitantes dobrou, passando de 350 mil para 700 mil habitantes.

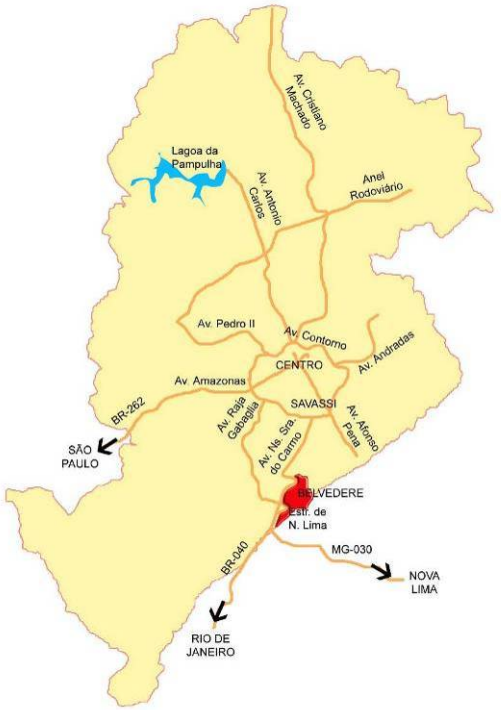


FIGURA 26: Mapa viário de Belo Horizonte, localização das principais vias e o bairro Belvedere.
Fonte: Adaptado de mapa da Prefeitura de Belo Horizonte disponíveis no site http://www.pbh.com.br, consultado em 10/05/2006.
Desenho: Autora, 2007.

Ferreira (1999) salienta que o crescimento ocorreu mais uma vez de forma desordenada. Luciana Silva (2002) destaca que de 1951 a 1954, durante a gestão do prefeito Américo Renné Giannetti, surgiu a primeira iniciativa para a criação de um plano diretor. Ocorreu, ainda, o aumento no número de loteamentos clandestinos e especulativos. O eixo de crescimento se deslocou para oeste e a verticalização do centro, iniciada em 1930, se intensificou. Novos acessos viários foram criados, como as Avenidas Antônio Carlos, Pedro II e Amazonas.

Nesta mesma época o bairro Funcionários (figura 19) deixou de ser estritamente residencial e passou a agregar funções comerciais com produtos para as classes mais altas da população, atendendo a uma demanda do público da zona sul de Belo Horizonte. Segundo Flávio Villaça (2001) a população de renda alta abandonou o centro neste momento e este, já saturado, entrou em decadência.

Na década de 1960 a cidade apresentava crescimento contínuo e foram implementadas medidas corretivas para as novas demandas da população, novas vias foram construídas e as existentes sofreram alargamento para comportar a circulação de veículos. A cidade foi se renovando, substituindo suas antigas edificações por edifícios novos, sem preocupação com a sua memória, vendo-se crescer também a desigualdade social e o número de favelas.

Luciana Silva ressalta que a criação do PLAMBEL em 1970, órgão público de planejamento urbano, atendeu ao intuito de resolver os problemas urbanos advindos do constante e rápido crescimento da cidade sem planejamento. Nesta época a cidade já contava com uma população de um milhão de habitantes. As regiões norte e oeste apresentavam maior adensamento e instalações de indústrias. (SILVA, L. 2002)

Foi também nesta época que foi instituída a Região Metropolitana de Belo Horizonte – RMBH, composta pelos municípios: Baldim, Belo Horizonte, Betim, Brumadinho, Caeté, Capim, Branco, Confins, Contagem, Esmeraldas, Florestal, Igarapé, Ibirité, Itaguara, Itatiaiuçu, Jaboticatubas, Juatuba, Lagoa Santa, Mário Campos, Mateus Leme, Matozinhos, Nova Lima, Nova União, Pedro Leopoldo, Raposos, Ribeirão das Neves, Rio Acima, Rio Manso, Sabará, Santa Luzia, São Joaquim de Bicas, São José da Lapa, Sarzedo, Taquaraçu de Minas e Vespasiano. (Ver figura 16)

A primeira Lei de Uso e Ocupação do Solo de Belo Horizonte, elaborada pelo PLAMBEL e promulgada em 1976, baseava-se no conceito de *zonings*, idéia implementada na Alemanha no inicio do século XX que consistia na divisão da cidade em pequenas zonas que determinavam o uso preponderante ou exclusivo e os parâmetros de ocupação dos lotes. (FERREIRA, 2003)

A partir de 1980 a qualidade de vida passou a ser buscada por meio da conciliação entre proteção e preservação de bens e natureza com o progresso e desenvolvimento urbano, tendo ocorrido o tombamento de vários edifícios. Luciana Silva destaca ainda que na área de transporte ocorreu a criação do metrô de superfície como solução para o transporte de massa, ligando a região norte ao centro da cidade.

Nesta época Belo Horizonte se consolidou como metrópole restando poucas áreas desocupadas, compreendidas pelas Zonas Rurais – delimitadas pela Lei de Uso e Ocupação do Solo, de 1976 – áreas ao longo da Serra do Curral e no extremo nordeste do município.

A paisagem urbana da cidade em 1990 é resultado da aplicação da Lei de Uso e Ocupação do Solo de 1986. A cidade se cresceu com a verticalização de várias regiões e com concentração de atividades econômicas.

Os impactos deste adensamento são percebidos no aprofundamento dos problemas para transporte e trânsito. E a cidade se aproximava cada vez mais do seu limite de expansão.

Em 1990 com a aprovação da Lei Orgânica do Município, inspirada na então Constituição Federal de 1988, a cidade apresentou grandes avanços na área da legislação e ordenação de novos parcelamentos. A legislação previa instrumentos urbanísticos que garantiam a proteção ao patrimônio cultural e ambiental. Em 1992 foi criado o Conselho Deliberativo do Patrimônio Cultural do Município para tratar da proteção e tombamento dos bens de edifícios de valor histórico.

Em 1996 ocorreu a aprovação do Plano Diretor e a Lei de Uso e Ocupação da cidade que passou a ordenar seu crescimento urbano. Segundo Ferreira (2003) a nova Lei de Uso Solo propunha uma forma socialmente justa e ecologicamente equilibrada, com descentralização de investimentos públicos e abertura a participação popular.

Em 2000 a Lei de Uso e Ocupação do Solo passou por algumas adaptações e mudanças, das quais podemos destacar alterações em alguns Zoneamentos e na Hierarquização do Sistema Viário. A inclusão de novos Zoneamentos e algumas Áreas de Diretrizes Especiais - ADE's, também foram aprovadas.

O mapa da figura 27 apresenta a mancha de ocupação urbana da cidade em 1995, comparado com o plano original de Aarão Reis, destacando-se as principais vias, onde fica clara a relação existente entre o crescimento da cidade e o sistema viário e a faixa de expansão que se comprime entre a região central e a Serra do Curral.

FIGURA 27: Relação entre a mancha de ocupação original do Plano de Aarão Reis de 1884 e a mancha de ocupação urbana de 1995, com a localização das principais vias e o bairro Belvedere.
Podemos destacar o crescimento da cidade em direção a Noroeste e sudoeste, e a escassez de área entre a zona central e a Serra do Curral, vetor de crescimento de ocupação de alta renda.
Fonte: Adaptado de mapa da Prefeitura de Belo Horizonte disponíveis no site http://www.pbh.com.br, consultado em 10/05/2006.
Desenho: Autora, 2007.

2.3 – Origens do bairro Belvedere III

FIGURA 28: Serra do Curral.
Foto: Stael Alvarenga, 2001.

A ocupação existente em Belo Horizonte antes da sua formação era o povoado de Curral Del Rey, datado de 1700, que se instalou próximo a Serra do Curral e consistia então em uma enorme fazenda cortada pelo Córrego do Cercadinho. Como visto no item anterior, no projeto de criação da cidade a área era uma zona rural, de reserva ambiental e de suprimentos agrícolas.

Mas o planejamento da capital privilegiava uma ocupação de alta renda na região central e esta se desenvolveu em direção ao sul seguindo um vetor natural de ocupação que se interessava pelas partes mais altas da cidade e de clima mais ameno, conforme já citado. O Estado atuou no fortalecimento deste vetor na medida em que provia esta região de infra-estrutura urbana e equipamentos básicos.

A cidade se expandia em direção à Serra do Curral e a primeira ocupação que se deu em terreno tombado da Serra é datada 1969, com subdivisão de parte da Serra em 900 lotes urbanos pela Compahia Urbanizadora da Serra do Curral (CIURB) dando início à “Cidade da Serra”. A urbanização foi concluída pela CODEURB, Companhia de Desenvolvimento Urbano do Estado de Minas Gerais e os projetos de parcelamento foram aprovados em 1973 pela Prefeitura de Belo Horizonte com a denominação de bairro Mangabeiras.

Gláucia Amorim (1989) afirma que a ocupação era irregular e que teve início sem a anuência do DPHAN (Departamento de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), atualmente IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional). Segundo a autora, 73% do parcelamento estava dentro dos limites da área tombada e na tentativa de negociar a condição de não edificação da área já aprovada pela Prefeitura, acordou-se que alguns lotes passariam a ser reintegradas a Serra e ao Parque Mangabeiras. (AMORIM, 1989)

Nesta mesma época começava a ocupação do bairro Belvedere, também na área tombada da Serra. O loteamento foi lançado em 1970 e, segundo a AMBB (Associação de Moradores do Bairro Belvedere), as primeiras famílias se mudaram para a região em 1974. Em entrevistas[8], os moradores afirmam que só em 1975 foi implantada a primeira linha de ônibus, ligando o bairro ao centro.

A legislação que regulamentava o uso do solo à época proibia a edificação de torres verticais na Serra do Curral, limitando sua ocupação a residências unifamiliares de no máximo dois pavimentos.[9] Em 1979, já havia aproximadamente 400 construções segundo dados da AMBB. O bairro se consolidou como um bairro de ocupação de alta renda, exclusivamente residencial e unifamiliar.

Na década de 1950 a construção da rodovia federal, BR040, ligando Belo Horizonte ao Rio de Janeiro criou condições mais favoráveis à ocupação urbana da área ao longo da rodovia que leva ao setor sul da cidade de Belo Horizonte. Em 1980 com a inauguração do BH Shopping, o primeiro *shopping* de Belo Horizonte, houve um novo impulso de ocupação da região e fortalecimento do vetor sul de expansão com uma ocupação de classe de alta renda e, consequentemente, de alto poder aquisitivo.

Em março de 1990, com a promulgação da Lei Orgânica, todo o alinhamento montanhoso da Serra do Curral foi tombado, por se tratar de um importante patrimônio ambiental. Em 1991, foi feita outra delimitação que resultou no tombamento da Serra do Curral, com 40Kms² - área correspondente a 10% da área total de Belo Horizonte.

FIGURA 29: Parcelamento bairro Belvedere década de 70.
Fonte: Site associação de moradores do bairro Belvedere: http://www.ambb.com.br, consultado em 14/11/2005.

[8] O Jornal do Belvedere na seção: "meu vizinho" sempre traz histórias dos primeiros moradores do bairro que relatam as dificuldades de morar na região no início da ocupação.
[9] http://www.ambb.com.br, consultada em 4 de agosto de 2004.

2.4 – O processo de criação do bairro

Com a consolidação da região como área de ocupação de alta renda, ela se tornou visada para as investidas do mercado imobiliário. Em 1978, ocorreu a primeira ação judicial envolvendo o processo para a liberação do parcelamento e edificação do bairro, que foi longo e custoso.

Desde a fundação da capital a área foi desapropriada para a criação da Reserva do Cercadinho, devido à riqueza de mananciais. Em 1950 um processo dominial teve início reivindicando propriedade da área desapropriada pelo Estado. Entre disputas judiciais, em 1960, mapeou-se a área, definindo-se o que era de propriedade do Estado e destinando-se uma reserva de terras para a criação do trevo da BR-040.

A área da Reserva do Cercadinho, que envolve a área atualmente ocupada pelo Belvedere III, passou a ser de responsabilidade da Companhia Saneamento de Minas Gerais – COPASA, em 1973. Em 3 de abril de 1978, a empresa Comercial Mineira S/A, dos irmãos Guimarães moveu ação contra o DNER e DER, alegando ser proprietária da área, contestando a construção do trevo de Nova Lima no cruzamento com a BR-040, em parte da área da gleba que hoje é ocupada pelo bairro Belvedere III.

Segundo Maura Ferreira (2003), a construção do trevo foi a primeira grande intervenção negativa na área, pois dividiu os afluentes do córrego Cercadinho separando as cabeceiras situadas na Serra do restante da bacia receptora.

FIGURA 30: Evolução da malha urbana Belvedere III fotos dos anos de 1989, 1995 e 2005.
Fonte: PBH, foto aérea 1989, 1995, foto www.googleearth.com.br, maio de 2005.

Cinco anos depois, em 12 de maio 1983, o ex-presidente da COPASA, Marco Antonio Guimarães, no ofício PRES-378/83, alertava quanto à necessidade de verificar se parte da área era de propriedade do Estado, desapropriada para proteção do manancial do córrego Cercadinho. Em 31 de outubro de 1984, os procuradores Paulo Meira C. Crespo e Ruy Ferreira Bretãs questionam a comprovação de propriedade dos irmãos Guimarães. Já na década de 1980, ocorreu o pedido de aprovação do parcelamento da área, negado na gestão do prefeito Pimenta da Veiga. As ações judiciais continuaram em tramite e em 1986 o DER e DNER apresentaram declaração de que o trecho em questão, no início da ação, não estava sob sua jurisdição. Com esta declaração, as empresas proprietárias deram o primeiro passo para conseguir o licenciamento junto à prefeitura.

Desde a aprovação do bairro Belvedere I, em 1970, já havia um questionamento quanto à proximidade do bairro com a Serra do Curral, bem tombado pelo IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – em 1960. Outro agravante legal para a ocupação da área era a Lei 4034/85 – Lei de Uso e Ocupação do Solo (LUOS) em vigor que enquadrava a área do novo bairro em Zona de Expansão Urbana (ZEU), zoneamento que dispunha sobre áreas não parceladas indicando uma ocupação sujeita à aprovação na Prefeitura mediante apresentação de documentação especifica e atendimento a exigências de órgãos de planejamento e ambientais.

Em 7 de setembro de 1988, o engenheiro Sinai Waisberg, responsável pelo empreendimento, solicitou à prefeitura novo processo de aprovação, de n° 062.235/85-93, entretanto, segundo dados da AMBB, omitiu todas as folhas que falavam das pendências e irregularidades que constavam no processo anterior.

Dois dias depois a advogada municipal Maria Afonso Coutinho examinou o processo e frisou a necessidade do esclarecimento quanto à sobreposição da planta loteada com terreno do Estado.

No início de dezembro de 1988, Renato Nogueira da Silva, secretário do então prefeito Sérgio Ferrara, encaminhou o ofício com o pedido de parcelamento à Procuradoria Geral da PBH, para esclarecer as questões pendentes. No entanto, a AMBB afirma que o secretário aceitou informações com esclarecimentos, em declaração verbal, não oficial, do interessado, no caso, Sinai Waisberg, como suficientes para atender às exigências expressas em lei para o licenciamento dos lotes.

No dia seguinte a esta reunião foi elaborada a minuta do termo de aprovação de planta e loteamento, mediante aprovação de cronograma para a execução das obras de urbanização e garantia de caução dos lotes.

O loteamento do Belvedere III foi aprovado oficialmente no dia 05 de dezembro de 1988, com assinatura do prefeito em exercício Sergio Ferrara e do secretário Renato Nogueira. A autorização foi assinada na planta da própria empresa interessada e em uma folha de papel comum anexada ao processo e sem data, fato que não era procedimento corrente.

A área aprovada é contígua aos bairros Belvedere I e II, que estavam inseridos no zoneamento caracterizado como ZR 2 – Zona Residencial 2 – com assentamento enquadrado no modelo MA-1, que determinava “edificações destinadas à habitação permanente, compreendendo uma habitação por lote ou conjunto de lotes” (Lei 4034/85, p.31), com residências unifamiliares, de no máximo dois pavimentos.

A aprovação que se deu sem aprovação das demais instâncias e órgãos de planejamento, sem estudos de viabilidade e impactos, modificou o zoneamento que passou a ser correspondente à área de Zona Residencial-4 (ZR4) e Zona Comercial-1 (ZC1) que admitia o uso multifamiliar vertical de alta densidade e, nos quarteirões da Avenida Luís Paulo Franco, Zona Comercial-3 (ZC-3), zoneamento que permitia a ocupação vertical para o uso comercial, de serviços e até indústria de médio porte, poluente. (Figura 31)

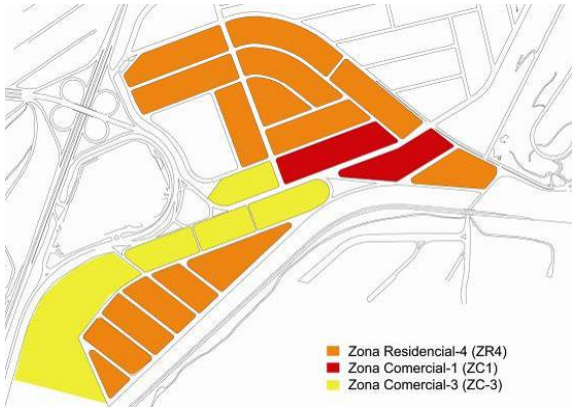


FIGURA 31: Zoneamento aprovado em 1988.
Desenho: Autora, 2007.

Em 1988, a Sociedade Brasileira de Geologia, instituição vinculada à UFMG, sob direção do geólogo Edésio Teixeira de Carvalho, produziu um parecer geológico afirmando que “a região possui terreno íngreme, composto de rochas sem consistência e frágeis e aponta pré-disposição a risco geológico” diz ainda que “não é aconselhável edificar na área” e recomenda “a urgente suspensão da autorização de novos parcelamentos (Lei Federal 6766/79); revisão de processos de parcelamento eventualmente autorizados, ainda não implantados”.

No ano seguinte, em setembro, a Comissão de Zoneamento encaminhou a proposta de alteração do coeficiente de ocupação do novo bairro e em outubro de 1989, o então Prefeito Eduardo Azeredo editou decreto n° 6.690/90, fixando zoneamento de acordo com estudos da comissão, limitando a altura das edificações em nove metros, visando a preservação da vista da Serra do Curral, tentando reverter o licenciamento irregular anterior. No entanto, em 11 de novembro de 1992, a empresa Comercial Mineira S/A, apelou na justiça, e obteve ganho de causa, derrubando as restrições do decreto do Prefeito Eduardo Azeredo.

Depois da liberação judicial, as autoridades competentes do IPHAN, IEPHA-MG (Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais), IAB (Instituto de Arquitetos do Brasil) e promotores do meio ambiente receberam pedidos da Associação de Moradores do Bairro Belvedere, para que fossem tomadas as providências cabíveis.

A Associação alegava a ilegalidade no loteamento por este não respeitar o limite mínimo de 15% de área verde, como previsto em lei. No entanto, o então Secretário Municipal de Atividades Urbanas, Thomaz da Mata Machado, apresentou uma estimativa que justificava o interesse em empreendimentos de grande porte. Ele calculava que o lucro do empreendimento com casas, seria 6 milhões de dólares e com edifícios multifamiliares, poderiam chegar a 30 milhões, baseando-se no valor de 100 dólares/m², valor mínimo de um empreendimento na zona sul na época.

Mesmo com todos os protestos da população, no dia 5 de agosto de 1994 o despacho do juiz da 5ª Vara da Fazenda Pública, Júlio Henrique Prado Bueno, liberou o loteamento. No mesmo mês, a tentativa de cancelar o loteamento continuou, e Edgard Amorim ingressou na justiça com agravo de instrumento à decisão do juiz da 5ª Vara da Fazenda Pública, Júlio Henrique Prado Bueno, para rever seu despacho. Caso não reconsiderasse, o caso deveria ir para o Tribunal de Justiça do Estado.

No dia 27 de agosto de 1994, em carta publicada no Jornal Estado de Minas, Sérgio Ferrara se defendeu das acusações alegando que se estabeleceu um **zoneamento para "novo bairro"** não alterando o antigo. Afirmava que o projeto aprovado permitia até 18 andares e não 40, como havia sido divulgado, afirmando, ainda, que houve aprovação do PLAMBEL em 1987 com o parecer de vários especialistas. Mas esta declaração se mostra infundada se observarmos o nome do processo: "**aprovação oficial do zoneamento de ampliação do Belvedere"** e quanto ao gabarito ou aprovação pelo PLAMBEL, também não correspondem à realidade.

Em outubro de 1994 o COMAM, Conselho Municipal de Meio Ambiente, aprovou exigência de realização de EIA-RIMA (Estudo de Impacto Ambiental – Relatório de Impacto Ambiental), para estudo de impacto ambiental na região. Em 23 de abril de 1995, novos fatos surgiram no processo, e uma liminar foi concedida à Prefeitura comprovando que era falsa a assinatura do prefeito Sergio Ferrara no processo, dando novo impulso ao impasse judicial.

Em 29 de junho de 1995 um mandato judicial de nº. 000051903-3 que excluía a área do Belvedere III do tombamento e ratificava os zoneamentos ZR-4 e ZC-3 colocou fim à batalha judicial, e ao conflito de interesses entre a população e os empresários.

Em 1996, foi aprovada a nova Lei de Uso e Ocupação do Solo (lei 7166 de 26/12/96) fixando novos critérios e categorias de zoneamento para toda a cidade, inserindo o bairro Belvedere III no zoneamento ZP-3 (Zona de Proteção 3), com parâmetros urbanísticos mais restritivos. Porém a medida foi aprovada tardiamente, pois em 1996 o bairro já se estruturava com o zoneamento aprovado em 1988 e ratificado judicialmente.

Por fim, depois de toda a especulação, protestos e manifestações contra a aprovação do parcelamento e zoneamento, assinada pelo Prefeito Sérgio Ferrara, em 1988, esta foi aceita legalmente e o bairro teve suas obras iniciadas em 1998. O zoneamento urbano no qual foi aprovado o bairro produziu uma ocupação totalmente diversa do entorno. A paisagem resultante é altamente contrastante. Em meio às unidade residenciais unifamiliares dos bairros Belvedere I e II e a cumeeira da Serra do Curral, surgem as torres verticais do Belvedere III.

Em março de 2000, segundo publicação da época[10], a região já era considerada o maior canteiro de obras do país, com 19 obras finalizadas, 10 com conclusão prevista para junho de 2000 e 44 em construção. Obras em sua maioria com apartamentos com áreas entre 135 m² e 550 m², alguns de 70 m², todos com alto padrão e preços entre 120 mil e 1 milhão de reais.

Sinai Waisberg, responsável pelo desenvolvimento do bairro afirma que este é "o único bairro da zona sul de Belo Horizonte que foi totalmente planejado" e acrescenta que "seu planejamento vem sendo seguido a risca."[11] Em 2003, o bairro contava com 80% de área construída e 90% dos apartamentos prontos, ocupados.

O quadro 1 apresenta um resumo dos eventos que envolveram a criação do bairro Belvedere III, uma ocupação que se desenvolveu em uma velocidade surpreendente – em cinco anos já se apresentava quase que completamente consolidado – mudando totalmente a paisagem da região. Segundo publicações do Jornal do Belvedere, atualmente, não existem mais lotes para vender no bairro. Como podemos ver no mapa abaixo grande parte dos lotes encontram-se edificados, poucos ainda estão em construção e uma pequena parcela ainda permanece desocupada.

O rápido crescimento do bairro pode ser notado por meio de dados sobre o "HABITE-SE" que refletem o ano em que as obras foram concluídas e a quantidade de obras em cada ano. Analisamos dados do cadastro da Prefeitura de Belo Horizonte, contendo todas as baixas ocorridas desde 1997.

Quadro 1 – Cronologia dos acontecimentos: relação entre fatos nacionais, regionais e locais

Data	Acontecimentos
1973	Área atualmente ocupada pelo Belvedere III passa a integrar a reserva do cercadinho sob responsabilidade da COPASA.
1978	Área que atualmente é ocupada pelo Belvedere III é alvo de ação pelos irmãos Guimarães reivindicando propriedade.
1980	Primeiro pedido de urbanização do Belvedere III.
1984	Novos questionamentos quanto à propriedade dos Irmãos Guimarães.
1988	Laudo indica a improbidade de ocupação de área. Novo pedido de aprovação do loteamento do Belvedere III e aprovação pelo prefeito em exercício com alteração do zoneamento.
1989	Tentativas da prefeitura, com outro prefeito de alteração do gabarito aprovado anteriormente.
1992	A empresa Guimarães obtém ganho de causa na justiça para edificar o que havia sido aprovado em 1988.
1994	Novos pedidos judiciais de impedimento de que o bairro seja edificado ocorrem, mas um despacho judicial libera o loteamento. Pedido de realização de EIA-RIMA é ignorado.
1995	Mandado judicial libera definitivamente o loteamento.
1998	Inicio das obras do bairro.
2003	80% de área construída e 90% dos apartamentos prontos, ocupados.

[10] ALBUQUERQUE, Fernando. "Belvedere já tem cara de bairro". Jornal Estado de Minas, Belo Horizonte, caderno Habitar, 25 mar. 2000 p. 13)
[11] Revista Siduscon. "Qualidade de vida em primeiro lugar". Belo Horizonte, ano V, p. 10, 20 maio 2000.

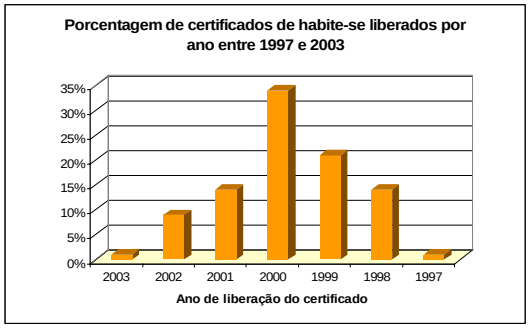
Identificamos que, entre a totalidade de certificados liberados para o Belvedere III, 34% ocorreram em 2000 e 21% em 1999, refletindo o alto número de construções ocorrido em 1997/98[12]. Em 1997, ocorreu apenas 1% das baixas. O Gráfico 1 apresenta o constante crescimento do número de baixas até o pico ocorrido em 2000 e o declínio ocorrido em seguida.

O novo bairro nasceu com uma proposta inovadora e cresceu sob a direção de grandes empreendedores que, por meio de um *marketing* forte, criaram a imagem de um bairro ideal. Villaça (2001:184) destaca esta atuação do mercado na "produção ideológica de novos estilos de vida" e "novas formas de morar" que tem como resultado a massificação da demanda.

O papel da legislação na formação do bairro foi condicionado pelos interesses do setor imobiliário. Os empresários tinham especial interesse na área, uma região já consolidada, de ocupação de alta renda, com localização privilegiada, próxima ao BH Shopping – maior centro de compras de Belo Horizonte, à cidade de Nova Lima – pólo de atração residencial de alta renda, e à Serra do Curral – mais importante marco da capital. Somado à localização está o clima da região, que, devido à altitude, é muito ameno e agradável. Todos estes fatores faziam do novo parcelamento um investimento com retorno garantido e altos lucros.

Como Ermínia Maricato (2001) afirma, o mercado imobiliário possui advogados preparados para aprovar qualquer empreendimento do seu interesse, e o caso do Belvedere III é uma prova disto. Leis foram modificadas e vários fatores que justificavam a preservação da área, como valor paisagístico ou ambiental, foram desconsiderados, inclusive o tombamento.

Gráfico 1: Dados do HABITE-SE.



Fonte: Adaptado de dados da Prefeitura de Belo Horizonte disponíveis no site http://www.pbh.com.br, consultado em 10/05/2006.

[12] REIS, Graziela. "A Barra da Tijuca de Belo Horizonte". Estado de Minas, Belo Horizonte, Onde morar, 2 de out. 1997, p. 3.

FIGURA 32: Mapa do bairro Belvedere III com indicação das vias, lotes e edificações.
Fonte: Acervo AABB, 2006 e base cadastral PLAMBEL, 2002.
Desenho: Autora, 2007.

FIGURA 33: Aspectos da paisagem atual Belvedere I, II e III e Serra do Curral.
Fonte: Acervo AABB, 2006.

FIGURA 34: Foto aérea do Belvedere III e BH Shopping.
Fonte: Sílvio Macedo, 2001.

CAPÍTULO 3

- 3.1 – Perfil do público-alvo
- 3.2 – Produto comercializado
- 3.2.1 – Padrões arquitetônicos comercializados
- 3.2.2 – Padrões urbanos comercializados
- 3.3 – Estratégias de marketing

CAPÍTULO III

Características do Mercado Imobiliário e Arquitetura Produzida no Bairro Belvedere III

Nestor Goulart Reis (2006) relata que até 1940 os imóveis tinham como função gerar renda, consistiam em uma forma de investimento. Após a Segunda Guerra Mundial, no entanto, com a alta da inflação, os imóveis passaram a ser vendidos diretamente para os usuários. Esta alteração influenciou o perfil dos empreendimentos que se voltaram para a demanda do consumidor e futuro morador. (REIS, 2006)

Segundo Flávio Villaça (2001) o mercado imobiliário transforma o espaço em mercadoria. Sendo assim, lança-se mão de mecanismos para a criação de aglomerações, como: *shoppings* e hipermercados, centros de consumo e serviços, que agregam valor ao espaço de forma a torná-lo mais atraente e, consequentemente, mais rentável.

Por outro lado o autor afirma que o mercado influencia, cria espaços, mas não direciona a expansão, pois para ele o mercado não tem este poder. O autor elucida a questão com o caso da Pampulha, em Belo Horizonte, um empreendimento que não foi bem sucedido, por ser um loteamento de classe-alta, lançado na contramão das áreas de ocupação da elite de Belo Horizonte, como já citado anteriormente no segundo capítulo. (VILLAÇA, 2001)

Podemos acreditar que o mercado tem a seu favor uma força econômica que lhe permite uma atuação de acordo com seus interesses, mesmo que para isso ocorra seja necessária a criação de demandas, recriação de identidades, e/ou substituição de legislações.

O produto deste mercado compõe paisagens homogêneas e segue, em geral, os padrões estabelecidos desde o movimento moderno: torres isoladas com iluminação e ventilação em todas as fachadas e garagens nos térreos e subsolos. Esta homogeneidade é resultante, também, da padronização de atendimento a padrões estabelecidos na forma de acabamento para atender à demanda massificada pelo *marketing* da casa ideal.

Segundo Nestor Goulart Reis, uma das principais diferenças entre os empreendimentos atuais e os preceitos do Movimento Moderno é a mistura de usos. As premissas do movimento moderno, descritas por Le Corbusier – habitar, trabalhar, circular e recrear – nos empreendimentos atuais, são implantadas em conjunto.

O mercado imobiliário atual é altamente especializado e dispõe de uma equipe multidisciplinar e completa para projetar das edificações aos projetos urbanísticos e paisagísticos. O produto resultante destas empreitadas compõe-se de conjuntos em geral bem organizados do ponto de vista prático, com tratamento paisagístico de qualidade e excelentes níveis de infra-estrutura e serviços. (REIS, 2006)

Como visto no capitulo 2, o mercado imobiliário tem papel importante na formação do tecido urbano. Com sua dinâmica de valorização e desvalorização da terra urbana, atua na criação de espaços que lhe são convenientes e que possam lhe garantir lucros.

O Estado teria como função atuar de forma a controlar a especulação do solo para permitir o acesso democrático à terra. Mas o que ocorre, segundo Reis (2006:179), é um “casamento de conveniência, com alguns momentos conflituosos”.

O Estado procura atender seus interesses com os novos empreendimentos, tais como qualificação do espaço e empregos, e o mercado atende seu objetivo de lucro. O mercado, estando sujeito à aprovação do Estado para liberação dos empreendimentos se submete a suas condições ou as recria.

Ao analisar a aprovação de um empreendimento, o Estado avalia os custos e os benefícios para a população. O mercado imobiliário é um resultado da associação das demandas do consumidor e das exigências do Estado. No quadro urbano brasileiro, muitas vezes isso significa que o mercado pode oferecer nos novos empreendimentos padrões de ambiente construído e serviços urbanos de qualidade superior ao que o poder público oferece no restante do tecido urbano tradicional.

O papel do mercado no surgimento do Bairro Belvedere III foi fundamental ao pressionar o Estado, modificar as leis, e recorrer judicialmente pelo direito de construir até que fosse possível a implantação do parcelamento e edificação do empreendimento. A atuação do mercado se mostra incisiva na medida em que, a despeito dos protestos da população de Belo Horizonte e de técnicos relacionados ao meio ambiente e solo, o loteamento se consolidou sem, nem mesmo, a elaboração de estudos de impacto.

Ficou evidente que depois de toda a polêmica que marcou a criação do bairro, o mercado atuou com um marketing forte para apagar o impacto negativo do desenrolar do processo e criar uma nova identidade para a área onde afirmava ser a melhor alternativa para morar em Belo Horizonte, destacando o melhor clima, o trânsito tranqüilo, e a existência de um projeto paisagístico do escritório carioca de Burle Marx e Associados para todo o bairro.

Quando analisamos as matérias dos jornais da época desde 1994 até 2007, ficou clara esta transição de imagem. Nas publicações de jornais até 1997, todas as manchetes de jornal se apresentavam contra o loteamento, apontando os impactos que esta ocupação poderia resultar no ambiente natural e na cidade.

> "Belvedere: espigões ameaçam a Serra do Curral" (FILGUEIRAS, Paulo. Estado de Minas, Belo Horizonte, 10 out. 1994).

> "Especulação imobiliária 'criou' região nobre, prédios embaçam a visão da Serra do Curral" (FONSECA, Geraldo. Diário Oficial, Belo Horizonte, 24 maio 1996, p. 12).

Em 1998 quando as obras se iniciaram e era irreversível a sua execução, as manchetes mudaram e o bairro passa a ser apresentado como a melhor região de Belo Horizonte, o empreendimento mais sofisticado e com melhores condições naturais e de produção de qualidade de vida. Seguem exemplos de manchetes de jornal:

> "Belvedere adota urbanismo arrojado, arquitetura e paisagismo integrados na expansão do bairro" (Estado de Minas, Caderno Cidade, 13 de abril de 1997, p. 43).

> "Endereço Nobre atrai moradores: ruas arborizadas e arquitetura arrojada caracterizam o Belvedere, bairro disputado por grandes construtoras, que investem principalmente em empreendimentos de luxo" (LIMA, Kétsia. Estado de Minas, Belo Horizonte, Classificados Imóveis, domingo, 19 de fevereiro de 2006, p. 3).

O novo estilo de vida criado em Belo Horizonte, ao ar livre com muita natureza, vem de um referencial do "estilo carioca" de vida. Este termo é mencionado por Villaça (2001:191) que afirma que no Rio de Janeiro a população tem uma relação de uso e valorização dos espaços livres que só ocorre nesta cidade.

Em Belo Horizonte a importação dos padrões de arquitetura, de comportamento, e dos espaços livres cariocas como modelo, é evidente. Apesar das especificidades dos espaços de Belo Horizonte e do Rio de Janeiro, nota-se sempre a menção do Rio de Janeiro como identificação de uma situação ideal.

No Jornal do Belvedere encontramos diversas citações onde os empreendedores ressaltam as semelhanças entre Belvedere III e Rio de Janeiro devido à associação da imagem do Rio de Janeiro com a imagem de algo ideal. Um dos pontos levantados são as calçadas do bairro que, segundo os empreendedores, são inspiradas nas de Copacabana[13] devido à padronização da pavimentação, com projeto do mesmo escritório – Burle Marx e Associados – e executadas no mesmo material: pedra portuguesa. (Figura 35 e 36)

Uma moradora do Belvedere III ao destacar as qualidades do bairro em entrevista publicada pelo jornal Estado de Minas, afirmou que o bairro é tranqüilo como "Ipanema", o que confirma que a referência ao Rio de Janeiro como modelo é tão forte, que até no quesito segurança, um dos maiores problemas da cidade, esta é citada como exemplo. [14]

FIGURA 35: Paginação do piso do calçadão de Copacabana.
Fonte: Autora, 2007.

FIGURA 36: Paginação do piso das calçadas do bairro Belvedere.
Fonte: Autora, 2006.

[13] LIMA, Kétsia. "Sinônimo de charme e conforto". Estado de Minas, Belo Horizonte, classificados imóveis, domingo, 19 de fevereiro de 2006, capa.
[14] LIMA, Kétsia. "Sinônimo de charme e conforto". Estado de Minas, Belo Horizonte, classificados imóveis, 19 de fevereiro de 2006, p. 3.

Uma manchete de jornal se referia ao bairro como: “A Barra da Tijuca de Belo Horizonte”. A reportagem afirmava que havia tantos empreendimentos no novo bairro que ele já era comparado ao bairro Barra da Tijuca da cidade do Rio de Janeiro. Dizia ainda, que os investidores buscavam no bairro as virtudes da Barra, mas que seus defeitos como o trânsito complicado para o centro não se repetiriam no Belvedere.[15]

A partir destes relatos fica evidente a associação da população, bem como do mercado imobiliário do bairro ao Rio de Janeiro, tendo neste um modelo do que é bom e ideal. Mas além desta associação apresentam-se outras estratégias para formação da identidade do bairro, como apresentaremos em seguida, depois de apresentar uma definição do cliente e do produto deste mercado.

3.1. Perfil do público-alvo

Para se traçar o perfil do cliente deste mercado atuante no bairro, foram levantados dados estatísticos do IBGE: a) a renda média da população do Belvedere; b) o número de domicílios quitados, que revelou dados interessantes para confirmar poder aquisitivo desta população; c) a média de habitantes por domicílio, fato que representa o perfil das famílias, se pequenas ou grandes; d) o número de banheiros por domicílio, que é um fator identificador da renda do morador.

[15] REIS, Graziela. “A Barra da Tijuca de Belo Horizonte”. Estado de Minas, Belo Horizonte, Onde morar, 2 de out. 1997, p. 3.

Os dados referentes ao Belvedere[16], foram comparados com outros bairros de Belo Horizonte: dois bairros de classe de alta renda, o Sion e Anchieta, assim como o próprio Belvedere, e outros três setores populares: Floresta, Santa Tereza e Sagrada Família. Os dados do IBGE são referentes ao ano 2000.

A Quadro 2 apresenta dados referentes à área, população, densidade e renda. Nela podemos ver que com relação a um bairro popular o Belvedere apresenta uma área praticamente igual e quase metade da população, resultando em uma densidade de 7 hab/há, enquanto no bairro Sagrada Família é de 143hab/ha.

Quanto ao número de domicílios percebe-se que enquanto o Belvedere apresenta um número de 412, o bairro sagrada Família conta com 9151, em uma área menor. Este fato se explica pela verticalização do bairro Sagrada Família e ocupação unifamiliar de aproximadamente 60% da área do Belvedere.

Comparando-se a renda, percebe-se um contraste fica ainda maior, enquanto que a média registrada é de U$ 2.187,75 por chefe de família no Belvedere, e no Sagrada Família é de US 445,25; o que representa um quarto da renda do bairro nobre de Belo Horizonte.

Quadro 2 - Dados de densidade e renda, 2000.

			Total			Densid.	Total	Renda Média
Nome do Bairro	Regional	Área (ha)	População	Homens	Mulheres	Demog.	Domic.	Chf. (Dolar)
Sagrada Família	leste	230,039	32976	15089	17886	143	9151	445,25
Sion	centro-sul	126,872	18573	8185	10388	151	5473	1284,77
Belvedere	centro-sul	271,150	1899	916	984	7	412	2187,75

FONTE: IBGE - CENSO/1991

[16] Os dados se referem ao Belvedere como um todo e não apenas o Belvedere III, em questão.

Mesmo se compararmos o Belvedere a um outro bairro de alta renda como o Sion, existe uma diferença significativa. O bairro Sion possui metade da sua área e a mesma população, o que reflete uma densidade mais alta resultante da forte verticalização do bairro, os domicílios somam um total de 5.573, È interessante notar que se comparando a renda média do chefe de família, temos que no Sion esta corresponde à metade da renda média do chefe de família do bairro Belvedere.

Nos dados disponíveis no quadro 3 referentes ao número de moradores por domicílio é interessante observar que nos bairros Floresta/ Santa Tereza e nos bairros Anchieta/ Sion o número de moradores se equivale e está entre 2 e 4 por apartamento, enquanto que no Belvedere este número está entre 4 e 5. No Belvedere a tipologia dominante é de residências unifamiliares e apartamentos de 4 quartos. Um fator que pode explicar o alto número de moradores por apartamento é a modificação de hábitos sociais. A postergação do casamento e a dificuldade de se estabelecer financeiramente fazem com que os filhos morarem com os pais por mais tempo, o que gera a demanda por apartamentos maiores que atendam as famílias grandes e que permanecem morando juntas.

Quadro 3 - Domicílios particulares permanentes por número de moradores Belo Horizonte (%)- 2000

		moradores										
Código UP	**Nome UP**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10 ou mais**	**Total**
2003	Floresta/Sta. Tereza	17,68	24,16	21,56	19,77	10,69	3,87	1,36	0,49	0,23	0,18	10.815
1907	Anchieta/Sion	16,34	23,32	21,15	22,47	12,03	3,50	0,84	0,23	0,05	0,06	13.895
1911	Belvedere	5,52	14,76	17,89	28,69	20,12	8,90	2,80	0,99	0,25	0,08	1.213

Fonte: IBGE. Censo Demográfico 2000

O número de banheiros por habitação também revela a classe social em que se insere o imóvel, sabe-se que quanto maior o número de banheiros maior a renda. No bairro Floresta/ Santa Tereza 41,68% dos imóveis possuem apenas um banheiro e 36,80 % apresentam dois banheiros. No Anchieta/ Sion a proporção é de 56,34 % com 3 banheiros. No Belvedere este número chega a 59,06 % com 4 banheiros.

Quadro 4 - Domicílios particulares permanentes com banheiro por número de banheiros existentes e Unidade de Planejamento Belo Horizonte (%)- 2000

Código UP	Nome UP	Domicílios particulares permanentes com banheiro				
		Total	1 banh.	2 banh.	3 banh.	4 banh.
2003	Floresta/ Santa Tereza	10.740	41,68	36,80	17,21	4,32
1907	Anchieta/Sion	13.842	6,29	24,35	56,34	13,02
1911	Belvedere	1.209	2,23	3,89	34,82	59,06

Fonte: IBGE. Censo Demográfico 2000.

Outro fator analisado foi a condição de ocupação dos domicílios particulares permanentes, nestes dados podemos perceber que a porcentagem de imóveis alugados no bairro Floresta/ Santa Tereza é de 27,61 %, no Anchieta/ Sion cai para 18,68 %, mas no Belvedere este índice é de 6,10% do total de unidades. Os dados indicam que 78, 98 % dos imóveis do Belvedere são próprios – quitados – e 12, 94 % estão em processo de aquisição, valores muito acima da média da capital mineira.

Quadro 5 - Domicílios particulares permanentes por condição de ocupação (%) - 2000

Cód. UP	Nome UP	Domicílios particulares permanentes				
		Quitados	Em aquisição	Alugados	Outras formas	Total
2003	Floresta/ Santa Tereza	58,61	7,67	27,61	6,11	10.815
1907	Anchieta/ Sion	68,59	9,50	18,68	3,24	13.895
1911	Belvedere	78,98	12,94	6,10	1,97	1.213

Fonte: IBGE. Censo Demográfico 2000.

A partir destes dados podemos concluir que o bairro Belvedere apresenta padrões construtivos superiores à média de Belo Horizonte, mesmo se comparado a outros bairros de alta renda. Corresponde a uma taxa de ocupação e densidade muito inferior à média de Belo Horizonte, que corresponde aos tipos de implantação, tamanho dos lotes e afastamentos, no caso de edifícios multifamiliares, aspecto reforçado pela ocorrência de parcela do bairro ocupada por edificações unifamiliares.

O padrão urbano verificado responde aos quesitos de consumo característicos de espaços residenciais das faixas de renda mais alta nas cidades brasileiras implantados nos últimos 30 anos: áreas de expansão, próximas a reservas naturais, de baixa densidade e com características homogêneas de perfil social e de renda dos moradores.

Essas condições garantem o mercado de imóveis de alto padrão e se reproduzem tanto nas grandes cidades e capitais, como São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, como nos centros urbanos de menor porte. É o caso dos Alphaville´s, condomínios horizontais de alta renda que possuem características similares às descritas e foram implantados em diversas localidades do Brasil. (Figuras 37 e 38)

FIGURA 37: Aspectos do loteamento do Alphaville Flamboyant em Goiânia.
Fonte: Alphaville Urbanismo S.A., 2003.

FIGURA 38: Aspectos do loteamento do Alphaville Campinas.
Fonte: Alphaville Urbanismo S.A., 2003.

3.2. Produto comercializado

Como visto no item anterior o cliente deste mercado é um cliente de alta renda. O produto criado para este cliente é exclusivo, com características de acabamento e programa diferenciados do restante da produção arquitetônica e urbanística da cidade. Apresentaremos a seguir a caracterização do produto do mercado imobiliário de Belo Horizonte por meio da análise de dados de oferta e venda de imóveis em Belo Horizonte, publicados pelo Instituto de Pesquisas Econômicas, Administrativas e Contábeis de Minas Gerais (IPEAD).

A IPEAD classifica os bairros em quatro grupos de acordo com a renda média mensal do chefe do domicílio, os bairros da classe **1 - Popular** são aqueles cuja renda é **inferior a 5 salários mínimos (SM);** Os bairros da classe **2 - Médio** possuem renda **igual ou maior a 5 SM e menor que 8,5 SM;** Os bairros da classe **3 - Alto** tem renda **igual ou maior a 8,5 SM e menor que 14,5 SM;** Finalmente, o grupo da classe **4 - Luxo** possui renda **igual ou superior a 14,5 SM.**

Os dados levantados formam 8 quadros comparativos, que seguem em anexo (ANEXO2) referentes a informações do ano de 2000 e 2006. As sínteses sobre essa análise compreendem:

- Ao analisarmos o **preço médio de venda,** segundo padrão de acabamento e tipo de bairro com valores em reais, vemos que ocorreu uma valorização dos apartamentos de padrão de acabamento de luxo e alto luxo. Nos bairros de renda alta e luxo, os valores em 2006 são quase 100% superiores aos valores praticados em 2000.[17] (**Quadros iii e iii A – Anexo I)**

- Ao analisarmos os dados referentes à **relação entre o número de unidades de apartamentos vendidos** em 1998/2000 e em 2003/2006, vemos que ocorreu um aumento de 297% na venda de imóveis em 1999, ano seguinte ao surgimento do Belvedere III. Em janeiro de 1999 foram registradas vendas de 595 unidades, sendo que a média de vendas ficava em torno de 200 unidades. O que nos leva a concluir que o bairro Belvedere III contribuiu diretamente para o aquecimento do mercado imobiliário de Belo Horizonte, sendo de significativa importância para a sua economia. (**Quadros iv e iv A – Anexo II)**

- Aos analisarmos dados referentes ao **número de unidades à venda** temos que, em 2000, Belo Horizonte contava com 776 apartamentos de luxo à venda, em 2006 havia 936 apartamentos, um aumento de 20%. Vemos ainda que mesmo com a queda de 18% no número de oferta de apartamentos, de um total de 2342, no ano de 2000, passou para 1940 em 2006, o mercado de luxo continuou crescendo. (**Quadros v e v A – Anexo III)**

[17] A valorização encontrada excede os reajustes monetários entre 2000 e 2006.

- Ao analisamos **o número de unidades ofertadas por tipo de bairro** em 2000 e 2006, concluímos que a maior oferta do mercado é de apartamentos de luxo e de quatro quartos, tanto em 2000 quanto em 2006. Do total de apartamentos ofertados em 2000, 46% eram de luxo e destes 41% eram de 4 quartos. Em 2006 do total de apartamentos ofertados 40% eram de luxo e 53% de 4 quartos. Percebemos que o número de apartamentos de 4 quartos e luxo teve um considerável aumento de 13%, indicando, mais uma vez, o crescimento do mercado de alto luxo. (**Quadros vi e vi A – Anexo IV)**

De maneira geral os dados do IPEAD apresentam um aquecimento do mercado imobiliário de alto luxo em Belo Horizonte comparando-se à oferta de 2000 e de 2006. Podemos identificar ainda que a maior oferta é de apartamentos com o padrão do bairro Belvedere III: **apartamentos de 4 quartos**, de **acabamento de alto luxo e luxo**, o que pode indicar e reforçar a afirmação da influência deste mercado na economia imobiliária de Belo Horizonte.

Não existe em Belo Horizonte um bairro que concentre tantos lançamentos como o Belvedere III. Neste sentido é possível tecer uma comparação entre o que ocorre hoje na Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro, com o que ocorre no Belvedere em Belo Horizonte. O número de lançamentos concentrados na Barra da Tijuca é o maior da cidade quando comparado a outros bairros do Rio de Janeiro. O que nos leva a concluir, que proporcionalmente, o mercado imobiliário da Barra da Tijuca tem a mesma importância para a economia do Rio de Janeiro que o mercado imobiliário do Belvedere tem para Belo Horizonte. O que pode fundamentar, de certa forma, o uso da imagem da Barra da Tijuca e do Rio de Janeiro como referência pelo marketing do Belvedere III. (Figura 40)

FIGURA 39: Vista dos edifícios em construção no Belvedere III, Belo Horizonte.
Fonte: Autora, 2006.

FIGURA 40: Vista dos edifícios novos em construção na Península na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro lançamentos.
Foto: Vera Tângari, 2007.

3.2.1 – Padrões Arquitetônicos comercializados

O produto criado pelo mercado adota padrões arquitetônicos e urbanos voltados ao consumo de um público-alvo específico. Para estudarmos os padrões adotados nos imóveis, apresentamos a seguir uma análise da oferta do mercado imobiliário do bairro Belvedere III, obtida a partir de levantamento bibliográfico, publicações das construtoras e levantamento de campo.

Para cadastro dos dados criamos os **Quadros i** e **ii** que seguem nos Anexos I e II. No **Quadro i** levantamos informações referentes aos diferentes termos usados para denominar os espaços e na **Quadro ii** levantamos informações tais como: a construtora responsável pelo empreendimento, o nome do condomínio, o endereço, o número da quadra, o número dos lotes, a altura total dos edifícios, o número de pavimentos, o número de unidades por edifício, o número de quartos dos apartamentos, o número de vagas disponíveis por apartamento, o número de apartamentos por andar, as áreas dos apartamentos, do terreno e da área de lazer, e o tipo do empreendimento: residencial, misto ou comercial.

A partir destes dados analisamos o programa padrão dos empreendimentos onde listamos: o programa do apartamento tipo; o programa da área de lazer; a infra-estrutura; os acabamentos.

a) **Programa do apartamento**

O programa do apartamento agrega espaços divididos em três setores distintos: social, serviço e íntimo. Nos apartamentos de padrão luxo, a área útil varia entre 200 e 550 m² em média, onde os setores apresentam praticamente a mesma proporção em área. A partir da análise das plantas apresentadas pelos anúncios, pode-se afirmar que os ambientes compactados em apartamentos de classe média, nestes casos são ampliados.

Como, por exemplo, no caso da área social do apartamento que agrega itens como lavabo, sala de estar com dois ou mais ambientes, sala de jantar, e varanda, muitas vezes, equipada com pia e churrasqueira.

As áreas de serviço se diferem das pequenas cozinhas encontradas nos apartamentos de alto luxo do Rio de Janeiro e agregam em seu programa itens como: sala de almoço, lavanderia, banheiro e quarto de empregada, em alguns casos, dois. A área intima é composta por uma sala íntima e 4 a 5 quartos. O programa pode apresentar um banheiro para cada quarto, ou em alguns casos, dois dos quartos dividem o mesmo banheiro, formando as semi-suítes, ou ainda, a suíte principal, ou *máster,* possui dois banheiros. (Figura 41 e 42)

FIGURA 42: *"Sala"* Edifício *Monreale.*
Fonte: http://www.conartes.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 41: "Suíte máster" com banheiro feminino e masculino condomínio edifício *Beau Rivage*.
Fonte: http://caparao.com.br. 20/04/2006.

b) Programa de lazer

No Belvedere III, como apresentaremos a seguir no item 3.2.2, existem muitos terrenos que resultam de remembramento de lotes, podemos encontrar áreas de até 17000 m². Estas áreas recebem tratamento paisagístico e equipamentos de lazer, se transformando em clubes privados. Em alguns casos são criados bosques e extensas áreas ajardinadas.

O programa da área de lazer é muito valorizado pelo cliente de alta renda, tendo em vista a pequena variação dos programas e plantas dos apartamentos, o diferencial para a aquisição do imóvel é a estrutura de lazer e este fator torna constante a busca por inovações e exclusividade. O projeto paisagístico também tem um importante papel, pois, por meio dele os espaços são articulados e humanizados. (Figuras 43 a 45)

FIGURA 43: Área de lazer do edifício *Piazza Diamante.*
Foto: Autora, 2006.

FIGURA 44: Imagem Piscina Externa Edifício *Saint Emilion.*
Fonte: http://www.patrimar.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 45: Imagem Piscina Coberta Edifício *Villa Fontana*.
Fonte: http://www.vfontana.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 46: Imagem Piscina Coberta Edifício *Saint Emilion*.
Fonte: http://www.patrimar.com.br. 20/04/2006.

O programa é composto por áreas de esporte, recreação, lazer e bem estar. Os equipamentos esportivos compreendem quadras de esportes, em áreas cobertas ou ao ar livre. A quadra de tênis é a mais encontrada no bairro, devido à popularização do esporte em meio às classes de mais alta renda. Outro item sempre presente nos programas é a sala de ginástica, equipada com mobiliário para musculação, aeróbica e alongamento. Em alguns casos, mais sofisticados, encontramos no programa piscina para treinamento, com raia, coberta e aquecida, além de piscinas recreativas, ao ar livre, muitas vezes, com distinção entre infantil e adulto. (Figuras 46 e 47)

O programa apresenta também áreas de churrasqueira e salão de festas, espaços comuns aos edifícios novos e antigos. O diferencial dos lançamentos do Belvedere III está em ambientes de degustação e recepção mais elaborados como: a sala de almoço, sala de degustação ou adega climatizada. Outro novo item apresentado é a sala de entretenimento, que consiste em um espaço para jogos com equipamentos específicos para adultos e crianças, compondo novas opções de lazer e se somando aos parques infantis, ainda presentes, mas em novos formatos com brinquedos de última geração. (Figuras 48 a 50)

Entre as novas opções de lazer e entretenimento apresentadas está o espaço *Gourmet* ou do *Chef*, uma área criada para possibilitar reuniões sociais, onde o anfitrião e os convidados têm a sua disposição a estrutura para preparar a refeição ou testar novos pratos. Em alguns casos mais sofisticados o condomínio conta com uma área chamada "*Lounge",* um espaço de uso comum mobiliado com sistema de áudio e vídeo completo e decorado com sofisticação para ser um ambiente de caráter mais intimista do que o salão de festas. (Figuras 51 a 53)

FIGURA 47: "*Playground"* Edifício *Saint Emilion*.
Fonte: http://www.patrimar.com.br, 20/04/2006.

FIGURA 48: "*Playground"* Edifício *Vila Fontana*.
Fonte: http://www.vfontana.com.br, 20/04/2006.

FIGURA 49: "*Vila Bambino"* Edifício *Villa del Monte*.
Fonte: http://www.villadelmonte.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 50: "*Vila Bambino"* Edifício *Villa Fontana*.
Fonte: http://www.vfontana.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 51: Churrasqueira Edifício *Villa Fontana*.
Fonte: http://www.vfontana.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 52: *"Espaço Gourmet"* Edifício *Saint Tomas.*
Fonte: http://www.patrimar.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 53: *"Cozinha do Chef"* Edifício *Villa Fontana.*
Fonte: http://www.vfontana.com.br. 20/04/2006.

c) Acabamentos

O acabamento dos edifícios segue um perfil condizente com a imagem de alto padrão construtivo. Percebe-se claramente o uso de materiais de tendência, como no caso dos edifícios mais recentes, que apresentam revestimentos em granito ou cerâmica branca e vidros verdes, fato observado em edifícios no Rio de Janeiro ou em São Paulo.

As esquadrias são em alumínio anodizado natural e, em alguns casos, com tratamento acústico. Os ambientes internos dos edifícios também apresentam acabamento de alto padrão em mármore, granito ou tábua corrida. Os apartamentos são equipados com armários, nos banheiros e cozinhas, e equipamentos na cozinha como fogão e triturador.

FIGURA 54: Edifícios do Condomínio Barra Bali, Barra da Tijuca Rio de Janeiro.
Foto: Vera Tângari, 2006.

FIGURA 55: Edifícios do Condomínio Paradiso em São Paulo.
Fonte: Silvio Macedo, 2007.

FIGURA 56: Edifícios do Belvedere III, Belo Horizonte.
Foto: Autora, 2006.

d) Infraestrutura

Com relação à infra-estrutura, os edifícios contam com aquecedores de água, em alguns casos solares em outros híbridos, apresentando aquecimento a gás e solar. Estão presentes estruturas com previsão para instalações de internet, TV a cabo, entre outros e são executados *shafts* de instalações hidráulicas visitáveis. Em alguns edifícios existem serviços como: lavanderia, arrumadeira e sistema central de telefonia. (Figuras 57 e 58)

Outro item de infra-estrutura são os elevadores, geralmente 2 ou 3, 1 para uso de serviço e 1 ou 2 para uso social. A segurança é um fator que se insere na infra-estrutura dos edifícios por meio de câmeras, alarmes e elevadores codificados. (Figura 59)

FIGURA 57: "Acesso protegido" Condomínio *Top Green*, Belo Horizonte.
Fonte: http://www.topgreen.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 58: Cozinha Edifício *Villa del Monte,* Belo Horizonte.
Fonte: http://www.villadelmonte.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 59: Cozinha Edifício *Saint Emilion,* Belo Horizonte.
Fonte: http://www.patrimar.com.br. 20/04/2006.

3.2.2 – Padrões urbanos comercializados

Como vimos no primeiro capítulo o mercado influencia a produção do tecido urbano, a partir de padrões urbanos definidos pela demanda imobiliária, analisaremos a seguir quais são estes padrões no bairro Belvedere III. A partir do levantamento do recorte, destacaram-se três categorias de análise: a) volumetria do empreendimento, no tocante à relação edifício x terreno, considerando gabaritos de altura e taxas de ocupação; b) relação espaço edificado x não edificado no terreno e o aproveitamento das áreas de lazer; c) análise do espaço edificado, na relação de programa e dimensionamento.

a) Volumetria do empreendimento, no tocante à relação edifício e terreno, taxas de ocupação, coeficientes de aproveitamento e gabaritos de altura

A legislação atuante no bairro têm influência direta sobre a volumetria dos empreendimentos na medida em que define os parâmetros de relação entre a área do terreno e a altura do edifício. O Belvedere III apresenta dois tipos de zoneamento Zonas de Proteção Ambiental (ZPAM) e Zona de Proteção Nível Três (ZP3), segundo a Lei de Uso e ocupação do Solo de 2000. A taxa de ocupação referente à ZPAM é de 2%; e na ZP3 é de 50%. Os coeficientes de aproveitamento por sua vez, são de 0,05 para ZPAM e 1,5 para ZP3. Ou seja, a área de projeção horizontal do edifício deve ser, no máximo, equivalente a 50% da área do terreno e a área construída pode chegar até a 1,5 vez o total da área do terreno, nos casos inseridos na ZP3.

Outro fato da legislação que influencia na relação entre volume construído e áreas livres dos edifícios é a obrigatoriedade de existir afastamentos laterais que permitam ventilação e

insolação adequadas aos edifícios. No Belvedere III, são estabelecidos: Afastamento frontal entre 3 e 4 m, e afastamentos laterais e fundos de 1,50 m para edifícios de altura inferior a 6,00 m e de 2,30 m para edifícios com altura entre 6 e 12 metros. Quando a altura ultrapassar 12 m deve ser utilizada a fórmula: **A = 2,30 + (H - 12,00) / 4,** onde A - é o afastamento mínimo exigido, e H – a altura do edifício.

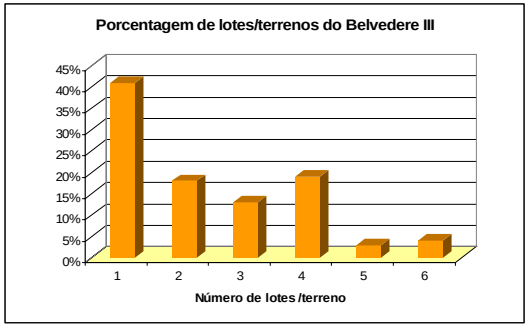
A proporção entre a área do terreno e o gabarito de altura dos edifícios é direta devido à taxa de ocupação, ao coeficiente de aproveitamento e aos afastamentos requeridos. Com isso, o bairro apresenta alto número de remembramentos de lotes, o que torna os terrenos maiores e possibilita um incremento no potencial construtivo. Constatamos que em 52% dos terrenos existem remembramentos de 2, 3 e 4 lotes; em 41% eles não apresentam remembramento, e em 7% dos casos, existe remembramento de 5 a 6 lotes.

Os dados referentes ao remembramento dos lotes refletem-se nas áreas finais dos terrenos, onde percebemos que apenas 23% do total de empreendimentos implantados em terrenos até 400 m², em 36 %, dos casos os terrenos possuem entre 6000 e 10000m², e em 10% são encontrados terrenos entre 10000 e 17000 m².

As características dos lotes se refletem na altura dos edifícios e confirmam a relação imposta pela legislação. Quanto à verticalidade dos edifícios foram levantados dados referentes ao número de pavimentos e altura. Ao analisarmos dados referentes ao número de pavimentos, identificamos que em 30% dos casos temos entre 14 a 16 pavimentos, em 46 % dos casos o número de pavimentos varia entre 18 e 21.

FIGURA 60: Aspectos da variação de gabarito do bairro Belvedere III. Fonte: Autora, 2006.

Gráfico 2: Dados referentes ao remenbramento dos lotes.



Fonte: Adaptado de dados da Prefeitura de Belo Horizonte disponíveis no site http://www.pbh.com.br, consultado em 10/05/2006.

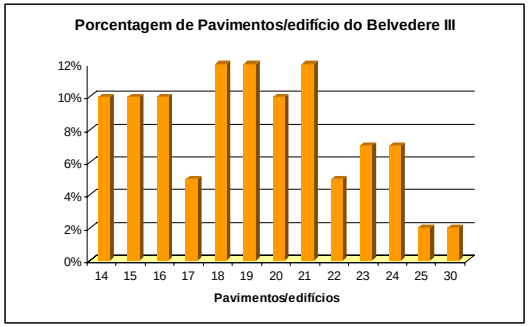
Edifícios que apresentam entre 25 e 30 pavimentos somam 4% dos casos, representando uma pequena parcela equivalente ao número de terrenos com mais de 5 lotes remembrados. Quanto à altura dos edifícios os dados mais uma vez confirmam os valores indicando apenas 20% dos edifícios com altura acima de 70 metros e 40% com altura entre 60 e 70 metros. (Figura 60)

b) Relação espaço edificado e não edificado no terreno e o aproveitamento das áreas de lazer

Como descrito anteriormente está previsto na legislação que a projeção horizontal dos edifícios deve ser até metade da área do terreno e a área do térreo deve receber equipamentos de lazer de uso comum. Sendo assim, a área do terreno revela também a dimensão da área de lazer, sendo sempre mencionada nos anúncios como equivalentes, considerando-se um tratamento paisagístico em sua totalidade com infra-estrutura de recreação.

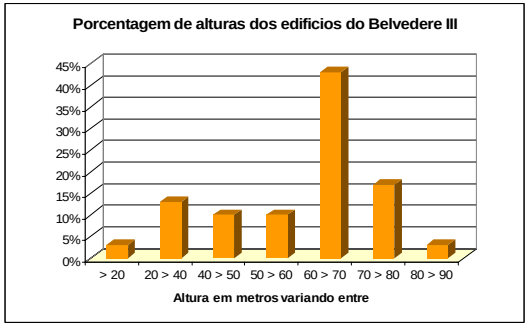
O edifício construído sobre pilotis apresenta em 90% dos casos garagem subterrânea que, por lei, pode ser edificada em 100% da área do terreno, sendo assim, os térreos dos edifícios são construídos sobre lajes impermeabilizadas, recebendo tratamento paisagístico específico, como pode ser visto nas figuras 61 a 65. Por serem edificados sobre lajes, os jardins apresentam árvores de pequeno porte e ornamentais. Os edifícios que não dispõem de grandes terrenos, ainda assim, contam com alguma estrutura de lazer de uso comum. No programa mínimo estão incluídos piscina e brinquedos infantis.

Gráfico 3: Dados referentes ao número de pavimentos.



Fonte: Adaptado de dados da Prefeitura de Belo Horizonte disponíveis no site http://www.pbh.com.br, consultado em 10/05/2006.

Gráfico 4: Síntese de dados referentes à altura dos edifícios.



Fonte: Adaptado de dados da Prefeitura de Belo Horizonte disponíveis no site http://www.pbh.com.br, consultado em 10/05/2006.

FIGURA 61: Térreo Edifício *Clair de Lune*, impermeabilização do térreo e tratamento paisagístico.
Foto: Autora, 2006.

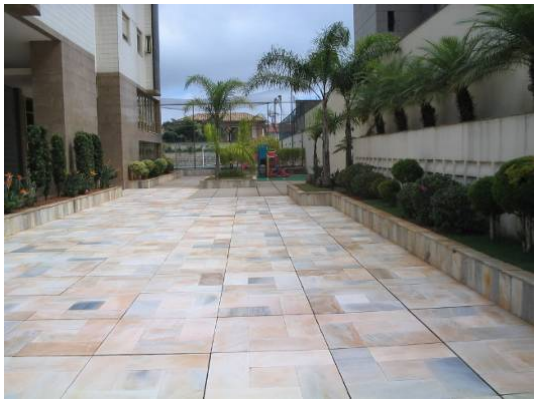


FIGURA 62: Térreo Edifício *Clair de Lune*, impermeabilização do térreo e tratamento paisagístico.
Foto: Autora, 2006.

FIGURA 63: Aspectos do Térreo dos Edifícios equipamentos de lazer.
Foto: Autora, 2006.

FIGURA 64: Aspectos do Térreo dos Edifícios equipamentos de lazer.
Foto: Autora, 2006.

FIGURA 65: Térreo Edifício *Clair de Lune*, impermeabilização do térreo e tratamento paisagístico.
Foto: Autora, 2006.

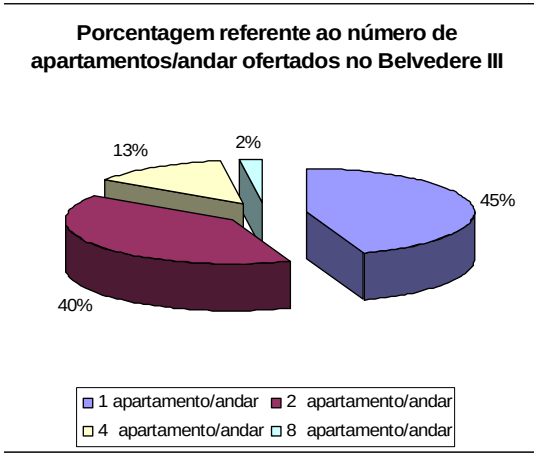
c) Análise do espaço edificado, na relação de programa e dimensão

Para identificar o perfil do imóvel disponível no mercado foram levantamos dados referentes a: número de unidades por edifício, número de apartamentos por andar, tipo de apartamento ofertado, área dos apartamentos, número de quartos ofertados e, ainda, número de vagas de garagem oferecidas por apartamento.

Quanto ao número de unidades, conclui-se que 40% dos edifícios apresentam 20 unidades, 10% apresentam 10 unidades e 8% apresentam entre 50 e 80 unidades. Os dados apresentam uma tendência do bairro, já identificada pelo número de pavimentos das edificações, de apresentar uma média de 20 unidades na maioria dos empreendimentos. Em uma pequena parcela, observam-se 10 unidades por edifício, correspondendo a unidades que têm na exclusividade seu principal diferencial. E em uma parcela inferior, encontram-se edifícios que apresentam alto adensamento com número de unidades entre 50 e 80, um padrão diferente da média do bairro e com valorização inferior.

Quanto ao número de apartamentos por andar, os dados levantados indicam que 45% são edifícios de 1 apartamento por andar e 41% de 2 apartamentos por andar, em 11 % dos casos encontramos oferta de 4 por andar, e em 1 caso temos 8 por andar. Percebemos que a maioria dos edifícios apresenta apenas 1 apartamento por andar, e outra parcela quase equivalente apresenta dois apartamentos por andar, sendo este aspecto o reflexo do que ocorre no bairro. Em alguns casos onde há dois apartamentos por andar, há 2 elevadores sociais, com *halls* de acesso distintos, além da circulação de serviço, fato usado pelo mercado para vender aos condôminos a privacidade como diferencial.

Gráfico 5: Dados referentes à oferta de apartamentos por andar por edifício.



Fonte: Adaptado de dados da Prefeitura de Belo Horizonte disponíveis no site http://www.pbh.com.br, consultado em 10/05/2006.

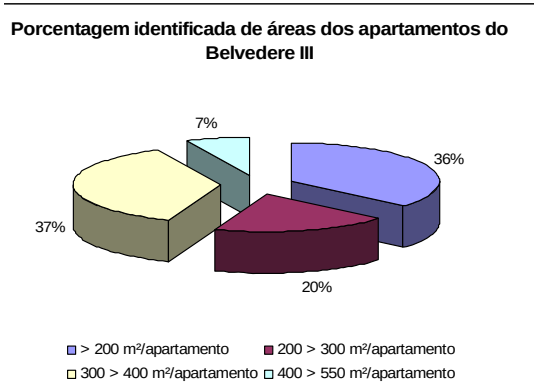
Os dados relativos às áreas dos apartamentos refletem o tipo de apartamento ofertado pelo mercado do bairro Belvedere III. Percebemos que em 38% dos casos a oferta está entre 300 e 400 m², em 37% dos casos as áreas ofertadas são de até 200 m² e em 7% dos casos está entre 400 e 550 m². Nos dados referentes às áreas dos apartamentos, mais uma vez, confirmamos o caráter indicado pelos dados de edifícios com 1 apartamento por andar ou 10 unidades por edifício, uma parcela reduzida que representa os empreendimentos mais valorizados do bairro.

Levantamos ainda dados referentes ao número de quartos por apartamento. Constatamos que em 79% dos casos, os edifícios apresentam 4 quartos e o de empregada, com especificação entre oferta de suíte e semi-suítes, nas quais percebemos que em 65% dos edifícios, com dados referente ao número de suítes, o apartamento possui 4 suítes, enquanto que nos 35% restante o apartamento possui 2 suítes e 2 semi-suítes.

Em apenas um caso o edifício apresenta um único quarto. Em 15% temos oferta de 2 a 3 quartos, sempre com um de empregada. E em uma pequena parcela de 5 % existe a oferta de 5 suítes mais 1 quarto de empregada que, em alguns casos, pode chegar a 2 quartos de empregada. Em 100% dos casos os edifícios residenciais apresentam apartamento de cobertura duplex.

Quanto ao número de vagas, percebemos que 63% apresentam de 3 a 4 vagas, em 20% dos casos temos 2 vagas por apartamento e em 17% de 5 a 6 vagas de garagem por apartamento. O número de vagas na garagem também é um indicador sócio econômico e mostra o perfil do comprador deste tipo de imóvel. Uma oferta de 5 a 6 vagas na garagem indica uma demanda para este número de vagas, seja para uso próprio, seja para visitantes.

Gráfico 6: Dados referentes à área dos apartamentos.



Fonte: Adaptado de dados da Prefeitura de Belo Horizonte disponíveis no site http://www.pbh.com.br, consultado em 10/05/2006.

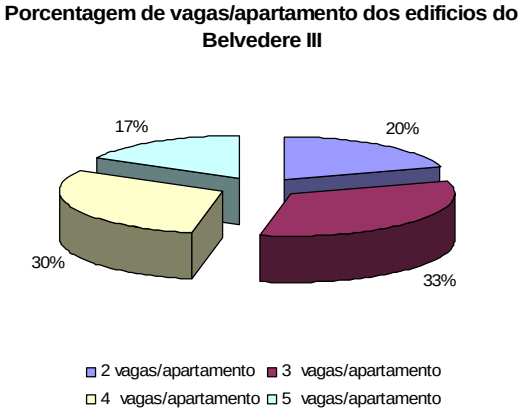
O número de banheiros é um fato interessante para classificar o padrão social do imóvel. Em dados do IBGE de classificação sócio-econômica este dado tem um peso forte. Vemos que no Belvedere III, em alguns casos, existe uma disponibilidade de 7 a 8 banheiros por apartamento, se contabilizarmos o lavabo, o banheiro de empregada e os banheiros da suítes.

Ao cruzarmos dados referentes à metragem, distribuição de apartamentos, número de quartos, banheiros e vagas, concluímos que o caráter de privacidade, baixa densidade e exclusividade compõem a imagem residencial do Belvedere III. A estes aspectos soma-se a incidência de áreas de lazer e dimensões dos terrenos indicando um diferencial para o bairro, no contexto do mercado de alta renda de Belo Horizonte.

Estes dados apresentam ainda a existência de um padrão social muito acima da média de Belo Horizonte e encontrada quase que exclusivamente no Belvedere III. Segundo dados do censo de 1991[18] , o Belvedere é o bairro de Belo Horizonte que concentra maior renda. A renda média do chefe de família do Belvedere é de U$ 2.187,75. Se comparado com outro bairro de alta renda, o Sion, temos o valor de U$ 1.284,77, se compararmos a bairro de baixa renda, o Sagrada Família temos uma renda de U$ 445, 25.

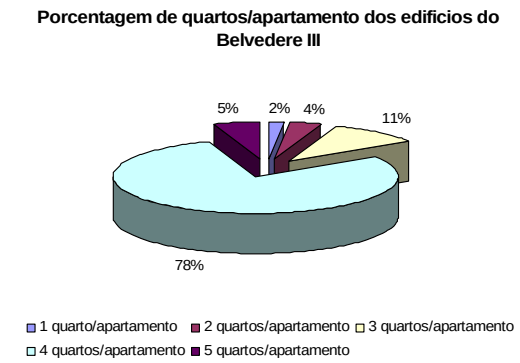
Existe também a relação entre a área do edifício, o número de quartos e a oferta de unidades. Quando o edifício apresenta maior número de unidades, apresenta menor número de quartos, menor área e o seu valor de mercado é mais baixo, pois o padrão construtivo é reduzido.

Gráfico 7: Dados referentes ao número de vagas/apartamento.



Fonte: Adaptado de dados da Prefeitura de Belo Horizonte disponíveis no site http://www.pbh.com.br, consultado em 10/05/2006.

Gráfico 8: Dados referentes ao número de quartos.



Fonte: Adaptado de dados da Prefeitura de Belo Horizonte disponíveis no site http://www.pbh.com.br, consultado em 10/05/2006.

[18] Dados do IBGE

No caso do condomínio de serviços, "*Yourself Total Living*", em que encontramos 88 unidades em um edifício de 1 quarto, com 8 apartamentos por andar, o programa é totalmente diverso dos demais edifícios. Trata-se de um empreendimento que agrega função mista de salas comerciais e pequenos apartamentos.

Ao compararmos os valores comerciais de apartamentos ofertados no bairro Belvedere e em outros bairros de Belo Horizonte vimos que um apartamento de 4 quartos com 274 m² no Belvedere pode ter um custo de R$1.230.000,00; enquanto que um apartamento de 4 quartos de 300 m² no bairro Sagrada Família, bairro de ocupação de renda média tem um custo de R$320.000,00[19].

Acontece no Belvedere III o fenômeno de atração descrito no primeiro capitulo, onde a valorização do novo bairro, juntamente com a desvalorização dos antigos, atua na movimentação do mercado e atração dos moradores de outros bairros para o Belvedere III. Os atrativos são divulgados pelos empreendedores e apresentando desde o programa arquitetônico que oferece áreas de lazer únicas em Belo Horizonte e uma localização privilegiada, como já descrito, próximo a um grande centro comercial, o BH Shopping, ao centro hospitalar de Nova Lima; um comércio de bairro diversificado, até o destaque para a segurança da região.

[19] Valores extraídos do site da imobiliária Silvio Ximenes: http://silvioximenes.com.br, de Belo Horizonte consultado em junho de 2006.

3.3. Estratégias de marketing

Tendo em vista o cliente e o produto deste mercado, passaremos a uma análise das estratégias de *marketing* usadas para atingir seu público alvo, com base no estudo apresentado no capitulo 2. Para tanto, foram levantamos dados referentes a anúncios publicitários de lançamentos imobiliários e artigos de publicidade do bairro, recentes e mais antigos, como o do primeiro lançamento do bairro datado de 1997.

O que pode-se perceber é que, como levantado na pesquisa de Loureiro e Amorim (2005) para Recife, no bairro Belvedere III o mercado atua com um *marketing* forte na formação de uma identidade da casa e de um bairro ideal. Cria-se um conceito de um novo estilo de vida, e apresenta-se para o cliente não apenas um imóvel, mas toda a infra-estrutura de serviços, lazer e serviços urbanos que o acompanha.

A criação de um ideal de residência, sofisticada e bem localizada, é a peça chave de estratégia de vendas no Belvedere III. Identificamos os mecanismos utilizados pelo mercado para formar esta identidade como: a) aplicação de frases de efeito; b) o uso de estrangeirismos; c) e a adjetivação e descrição exacerbada dos itens do programa; d) uso de imagens ilustrativas.

As frases de efeito têm como finalidade definir o conceito do empreendimento. Desta forma são capazes de indicar o público alvo e/ou o programa do edifício. Podemos citar como exemplo a frase de divulgação do Residencial Picasso, um condomínio de serviços, cuja chamada diz: *"Seu estilo de vida com o conforto da casa da mamãe".* O que este condomínio quer vender ao seu cliente é um conjunto de serviços que representam comodidade, como a existência de serviços de arrumadeira, lavanderia e "*home office"*. (Figura 66)

FIGURA 66: Foto *Residencial Picasso* em construção. Foto: Autora, 2006.

FIGURA 67: Imagem Fachada Residencial *Yourself Total Living*.
Fonte: http://www.lider.com.br. 20/04/2006.

Em outro caso, a publicidade do Edifício *Total Self Living,* que agrega programa misto de salas comerciais e apartamentos, o anúncio traz a seguinte frase*:* "Para Morar, Para Trabalhar, Para Viver". (Figura 67)

Na análise dos anúncios, um fato que se torna muito marcante é o uso constante de estrangeirismos, não encontrados com nos prospectos de 1997, mas indispensáveis nas estratégias atuais. Entendemos que o uso de termos estrangeiros para designar os espaços retrata a necessidade de apresentar espaços cada vez mais exclusivos e como uma forma de projetar o "status" deste tipo de edificação.

Os termos estrangeiros estão presentes para designar desde os nomes dos condomínios até os ambientes do edifício e do apartamento. No caso dos nomes dos condomínios, são usadas palavras em inglês, francês, espanhol ou italiano. No caso dos ambientes são criados novos temas, mas também são renomeados antigos espaços, de forma a reproduzir nos nomes a sofisticação do programa.

Nos prospectos de 1997 até 2006 percebemos claramente esta evolução de nomeação dos espaços e criação de novos ambientes. Como no caso da churrasqueira que passa a ser referida como *Grill*, compondo termos como Varanda *Grill*. A sala de estar é denominada "*Living"*, ou ainda, uma sala com equipamento de áudio e vídeo passe a se chamar "*home teather*". O termo *Gourmet* é utilizado para denominar espaços para cozinhar, e estes são multiplicados nos programas dos edifícios, como no caso do Gazebo *Gourmet, Garden Gourmet, Terraço Gourmet ou Espaço Gourmet*. Nas áreas comuns temos a sala de ginástica como "*fitness center*", o parque infantil como "*playground*", o salão de festas como *"Lounge" e* a pista de corrida como pista de "*cooper"*. (Figuras 68 a 75)

FIGURA 68: *"Living"* Edifício *Vila Fontana.* Fonte: http://www.vilafontana.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 69: *"Varanda Grill" Vila Fontana.* Fonte: http://www.vilafontana.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 70 "*Fitness Center"* Edifício *Saint Emilion*. Fonte: http://www.patrimar.com.br. 20/04/2006.

Os novos itens encontrados nos empreendimentos mais recentes são as "*Garage Band*" – local para ensaios de bandas. O espaço *Kids* também é uma novidade nos empreendimentos, um espaço coberto equipado com brinquedos para as crianças se divertirem. Alguns novos elementos além de usarem palavras estrangeiras também revelam uma importação de hábitos estrangeiros como as quadras de *tennis* ou *executive Golf*. (Figura 76 a 79)

Juntamente com os estrangeirismos a adjetivação e descrição exacerbadas também exercem um papel importante nas estratégias conceituais do marketing atuante no bairro, sua função é dar destaque ao empreendimento. Ao analisarmos os anúncios encontramos diversos casos onde um espaço recebe tantas descrições e adjetivações, que, somadas as palavras estrangeiras, fazem com que um programa mesmo que simples pareça complexo, ou sofisticado.

No caso dos apartamentos são especificados itens como o tipo das janelas, o tipo de acabamento, o mobiliário, o número de banheiros, quartos, salas. Ao se referir às suítes, sempre presentes no programa, o texto agrega termos que classificam o tipo de suíte que pode ser: "*master, standard,* júnior ou semi-suítes". Existe também uma descrição dos itens existentes como *closet*, banheira de hidromassagem ou toucador.

A área de lazer também é descrita e ganha destaque. No caso das piscinas, por exemplo, existe uma descrição quanto ao tipo, se adulta ou infantil, se coberta, mas em um caso curioso para uma piscina que não possuía nenhuma destas especificações foram relacionadas suas medidas.

FIGURA 71: Sala de Ginástica Edifício *Vila Fontana*.
Fonte: http://www.vfontana.com.br. 20/04/2006.

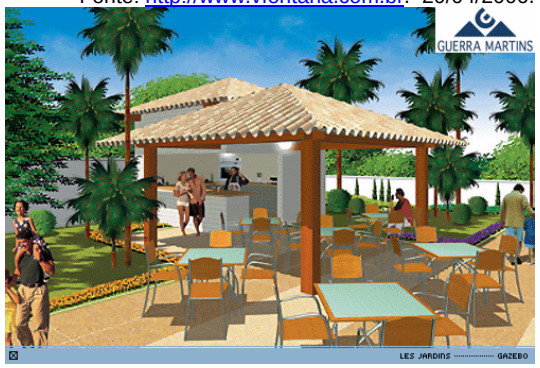


FIGURA 72: *"Gazebo Gourmet"* Edifício *Les Jardins.*
Fonte: http://www.guerramartins.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 73: *"Espaço Gourmet"* Edifício *Monreale.*

Fonte: http://www.conartes.com.br. 20/04/2006.

E a valorização continua nas citações específicas de todos os prédios que indicam a existência de um projeto paisagístico e o qualificam como: “paisagismo impressionante”; ou “exclusivo”, ou são descritos os equipamentos agregados que valorizam o espaço como: “paisagismo com Vila Zen”, ou “com bosque de árvores frutíferas”, entre outras.

Em alguns casos especifica-se o paisagista que executou o projeto, como o arquiteto paisagista Benedito Abud. Ao citar o nome deste paisagista percebe-se uma clara intenção de remeter a qualidade do empreendimento ao nível de qualidade de empreendimentos do Rio de Janeiro ou São Paulo, devido à atuação e reconhecimento nacional deste profissional. Nesses casos, verifica-se a importância da assinatura na valorização do espaço projetado.

O ambiente natural também é mencionado como forma de valorizar o ambiente e isto fica claro quando o anúncio invariavelmente destaca a existência de varandas e a vista “extraordinária”.

Ao identificar os elementos de segurança as descrições são ainda mais completas, segue abaixo dois exemplos de descrições encontradas nos anúncios:

> “Sistema de segurança de última geração com controle de acesso através de eclusas; Circuito fechado de TV com câmeras estrategicamente posicionadas e sensores infravermelhos periféricos”. (anúncio publicitário Condomínio Top Green Belvedere, construtora Alicerce e Castor, disponível em: http//:www.topgreen.com.br, consultado em 16/04/2006)

> “Central de segurança instalada na guarita. Sistema de monitoramento com câmeras de vídeo interligadas à central de segurança. Infra-estrutura para instalação de alarmes nas portas dos apartamentos. Guarita blindada acima do nível da rua.” (anúncio publicitário Condomínio Château de Villandry, construtora Patrimar disponível em: http//:www.patrimar.com.br, consultado em 16/04/2006)

FIGURA 74: *“Terraço Gourmet”* Edifício *Saint Emilion* Fonte: http://www.patrimar.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 75: *“Garden Gourmet”* Edifício *Saint Emilion.* Fonte: http://www.patrimar.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 76: “*Espaço Kids*” do Condomínio *Top Green.* Fonte: http://www.topgreen.com.br. 20/04/2006.

As imagens apresentadas ao longo do texto representam os ambientes projetados, estão sempre presentes nos anúncios e atuam na criação da imagem do produto ideal. As imagens reproduzem ambientes visualmente impressionantes de forma que o consumidor se interesse pelo produto e identifique nele suas necessidades e desejos.

Ao criar os elementos citados – frases de efeito, o uso de estrangeirismos, e a adjetivação e descrição exacerbada dos itens do programa, e ilustrações – o mercado tem como intenção apresentar ao cliente um produto que represente algo mais do que o básico. O consumidor de alta renda busca *status* e qualidade e é isto que o mercado pretende apresentar para ele na complexidade dos programas e na apresentação dos projetos.

Ao analisarmos os dados encontrados nos anúncios podemos listar os pontos apresentados que compõe uma imagem do estilo de vida ideal: a) localização do edifício; b) infra-estrutura do entorno; c) o nome do edifício; d) o programa arquitetônico das unidades individuais; e) o programa arquitetônico das áreas comuns; f) a infra-estrutura do edifício.

Quando citam a localização os anúncios indicam o endereço do edifício e destacam as qualidades e os diferenciais do entorno que possam agregar valor à proximidade com a Serra do Curral. São incluídas também questões como "rua tranqüila" e outros fatores que remetem ao ideal de segurança e bucolismo almejado pelos clientes.

Destaca-se ainda a proximidade com equipamentos como: "próximo à praça, ou à escola, ou ao centro comercial" e as facilidades de deslocamento devido aos acessos viários bem estruturados e consolidados.

FIGURA 77: "Espaço para degustação de vinhos e *gourmet*" do Condomínio *Top Green*.
Fonte: http://www.topgreen.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 78: "*Garage Band*" do Condomínio *Top Green*.
Fonte: http://www.topgreen.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 79: "*Executive Golf*" do Condomínio *Top Green*.
Fonte: http://www.topgreen.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 80: Ilustração da Vista da Varanda do edifício *Saint Emilion.*
Fonte: http://www.patrimar.com.br.
20/04/2006.

FIGURA 81: Ilustração da Vista da Varanda do edifício *Monreale.*
Fonte: http://www.conartes.com.br.
20/04/2006.

A vista das varandas também é um ponto explorado: enquanto nos apartamentos antigos da cidade, geralmente, a vista é para outro apartamento, as varandas com vista para a Serra do Curral ou com visibilidade para a cidade, devido à horizontalidade dos bairros vizinhos, representam qualidade de vida e um ideal de moradia. (Figuras 80 e 81)

Ao descreverem a infra-estrutura do entorno são listadas as qualidades do bairro, como o tratamento paisagístico. Sempre é lembrado que o bairro possui um padrão paisagístico único elaborado por um escritório de paisagismo carioca, neste caso assinatura do projeto também reflete uma qualidade que seja equivalente ao que se encontra nas grandes metrópoles brasileiras.

O nome dos edifícios, como visto anteriormente, reflete o status e sofisticação de um novo estilo de vida com o uso de estrangeirismos. Isto pode ser observado como, por exemplo, em algumas composições *Villa Fontana* e *Villa San Giorgio,* onde o intuito é de remeter a um ideal de habitação que as vilas representam.

Ou como no nome *Belvedere Park* que remete a idéia de um parque no Belvedere, em uma evidente valorização dos espaços livres do edifício. No caso do *Spazio Uno*, o nome simboliza o fato do edifico ser único, ressaltando a questão da exclusividade buscada pelo cliente.

O programa arquitetônico dos edifícios apresenta sempre espaços muito amplos, em contrastes com os lançamentos compactos atuais, as salas se desdobram em vários espaços diferenciados de funções diversas, estar, receber, ver TV, almoçar, jantar, trabalhar. Os quartos principais recebem *closets* e banheiros duplos.

O programa arquitetônico das áreas comuns recebe atenção especial. É nesta área que geralmente se destaca o perfil do edifício e cria-se o estilo de vida que irá ser vendido para o cliente. Ele pode ser importado do exterior ou de hábitos das grandes metrópoles brasileiras como no caso do *golf, squash* ou do *tennis*. (Figuras 82 e 83)

As piscinas também revelam um perfil que atende a todas as demandas. Apresentam-se na forma de treinamento e recreação, estas para adultos distintas das infantis e, em alguns casos, como do edifício *Top Green*, forma-se um parque aquático completo. Agregados ao programa das piscinas estão a sauna e o *SPA,* sendo estes espaços para relaxamento com serviços de massagem que representam a sofisticação do condomínio. (Figura 84)

A infra-estrutura do edifício compõe um novo estilo de vida ao se mostrar completa e moderna, compatível com as tecnologias mais recentes como sistemas de redes dos edifícios com TV a cabo, internet, água aquecida etc. ou com comodidades como lavanderia, arrumadeira, cafeteria, sempre de acordo com o perfil do cliente. A segurança também é vendida como estilo de vida onde os novos empreendimentos oferecem uma vida segura e completa dentro dos edifícios.

FIGURA 82: Quadra de *Squash* Edifício *Saint Emilion*. Fonte: http://www.patrimar.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 83: Quadra de tênis coberta Edifício *Vila Fontana*. Fonte: http://www.vfontana.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 84: "Spa e sauna" do Condomínio *Top Green*. Fonte: http://www.topgreen.com.br. 20/04/2006.

CAPÍTULO 4

- 4.1 – Impactos decorrentes da ocupação do bairro
- 4.1.1 – Impactos ambientais
- 4.1.2 – Outros impactos
- 4.2. – Ensaio comparativo ao Belvedere III

CAPÍTULO IV

Análise Critica da Arquitetura e seu Reflexo sobre a Paisagem

4.1 – Impactos decorrentes da ocupação do bairro

> *"A urbanização é uma das intervenções mais incisivas no que diz respeito à erosão, principalmente quando mal planejada, implantada e mantida." (SILVA, H. 2002)*

A Paisagem como identificado no primeiro capítulo é resultado de um sistema, onde para toda ação existe uma reação correspondente. Em Belo Horizonte a paisagem urbana está em constante mutação resultado de inúmeras ações de diferentes atores. A aprovação do loteamento do Bairro Belvedere III ocorreu em 1988, desconsiderando a legislação existente de proteção ambiental e de patrimônio cultural. O bairro, como descrito no segundo capítulo, foi implantado em uma área de grande potencial hidrológico e dentro do limite tombado da Serra do Curral.

A implantação de uma ocupação urbana é uma intervenção de grande impacto, e como ressalta Humberto Silva (2002), se não for planejada os danos são ainda maiores. Passaremos a uma análise critica da arquitetura do bairro Belvedere III e seus reflexos na paisagem urbana de Belo Horizonte onde apresentaremos os impactos ambientais resultantes desta ocupação. Adotamos como conceito de impacto ambiental a descrição da resolução do CONAMA nº1 de 23/01/86:

> *"considera-se impacto ambiental* ***qualquer alteração das propriedades físicas****, químicas e biológicas* ***do meio ambiente****, causada por qualquer forma de matéria ou energia resultante das atividades humanas que, direta ou indiretamente afetam: a)* ***a saúde e o bem estar da população****; b) as atividades sociais e econômicas; c) a biota; d)* ***as condições estéticas e sanitárias do meio ambiente****; e, e)* ***a qualidade dos recursos ambientais****." (grifo da autora)*

Apresentaremos os impactos levantados sob os seguintes aspectos: I - impactos ambientais: a) geológicos e hidrológicos, b) no trânsito, c) influência na estabilidade do solo d) alterações no clima; e) descaracterização da paisagem; II - outros impactos do empreendimento: geração de empregos, arrecadação de impostos e geração de moradias.

FIGURA 85: Aspectos do solo.
Foto: Silvio Macedo, 2001.

4.1.1 - Impactos ambientais:

a) Aspectos geológicos e hidrológicos

A ocupação urbana de uma área originalmente não urbanizada implica, impreterivelmente, na remoção da vegetação, transformação do relevo e impermeabilização do solo. O resultado destas intervenções é um desequilíbrio no sistema natural, onde ocorre uma descaracterização e comprometimento do meio físico e biológico da paisagem. (Figura 85 e 86)

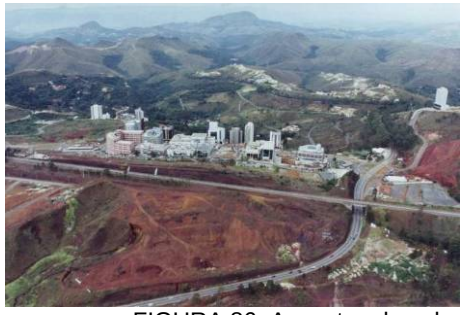


FIGURA 86: Aspectos do solo.
Foto: Silvio Macedo, 2001.

No Belvedere III a situação se mostra ainda mais grave que em outras ocupações devido às características da área, como já explicitado no capitulo 3: uma região de alto potencial hídrico e patrimônio histórico e ambiental. As características da área e sua importância no equilíbrio do sistema hidrológico da região a tornam imprópria para ocupação urbana.

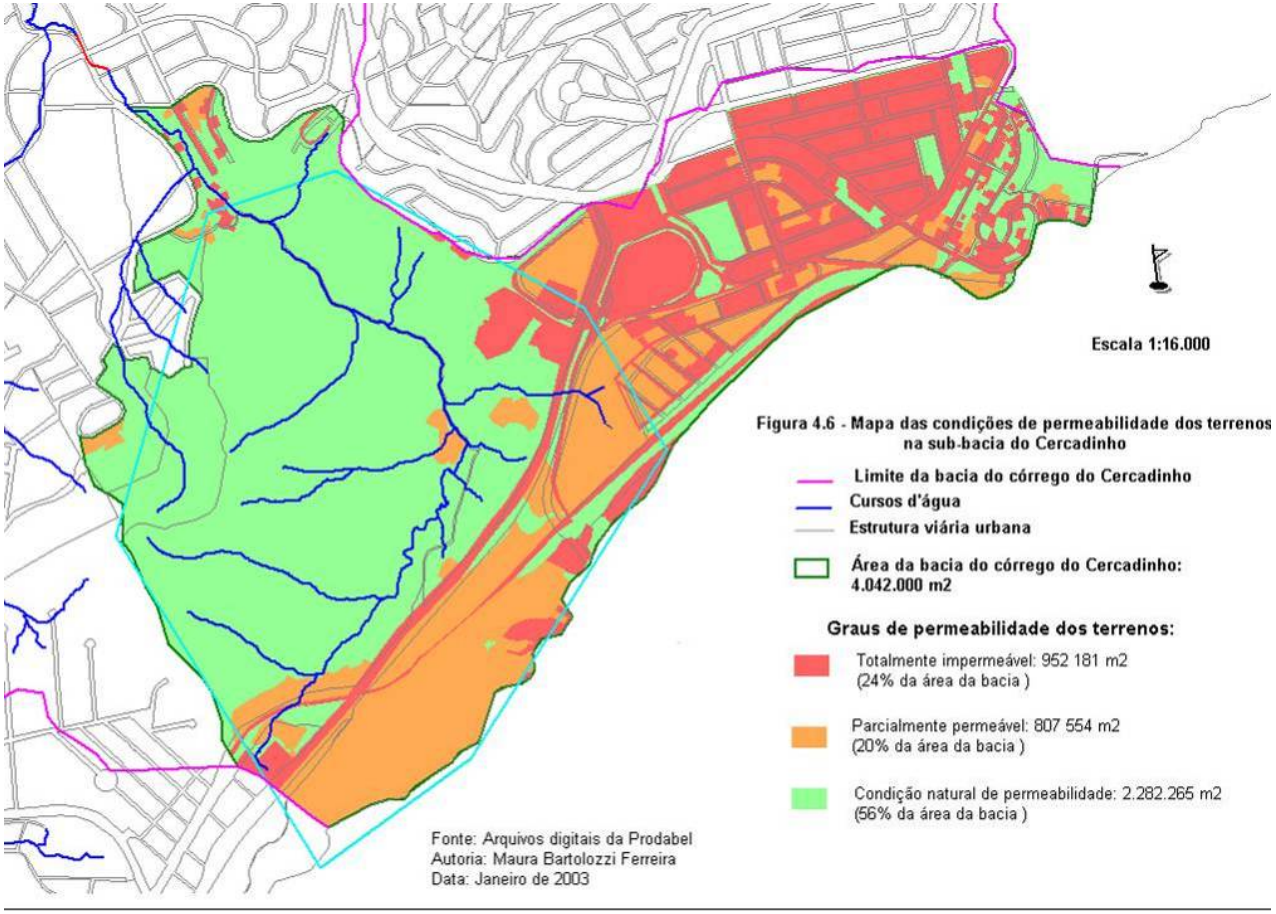


FIGURA 87: Mapeamento de áreas impermeabilizadas.
Fonte: FERREIRA, 2003.

A legislação no bairro admite impermeabilização de 100% do terreno e isto ocorre em 70% dos casos, como pode ser observado no mapa da figura 87, o que torna os danos ao sistema hídrico são ainda mais graves.

A impermeabilização da área tem efeito sobre as vazões do Córrego do Cercadinho, que alimenta o Ribeirão Arrudas, afluente do Rio das Velhas, parte integrante de uma das bacias mais importantes da região, como descrito no segundo capítulo.

Segundo Humberto Silva (2002), a ausência de vegetação e o solo impermeável implicam além de problemas de abastecimento dos aqüíferos, em erosão provocada pela passagem da água em alta velocidade e em maior volume, devido à ausência de rugosidades naturais e diminuição das distâncias.

No bairro existe uma praça próxima ao BH Shopping, que recebe o nome de Praça da Lagoa Seca. O nome vem da característica de intermitência do nível da água elevado sazonalmente pela pluviosidade (PBH 1994, apud: CORTIZO 2002). A Lagoa Seca é, atualmente, a principal área de recarga do bairro. Este potencial é conferido pelo relevo mais plano – a menor velocidade de escoamento superficial favorece a infiltração da água pluvial – e pela litologia do solo composta por rochas da Formação Gandarela (FERREIRA 2003). Portanto esta área desempenha importante papel na capitação e acumulação da água, evitando a ocorrência de enchentes no bairro. Toda a água pluvial do bairro, inclusive do BH Shopping, é drenada para a lagoa e dali passa para o Córrego do Cercadinho. (Figuras 88 e 89)

Devido a esta característica alagadiça, o local é considerado área indivisa, inserida no zoneamento do Plano Diretor (Lei nº 7166/96) como ZPAM, Zona de Proteção Ambiental. No entanto, a área permanece sob domínio privado, o que, para Ferreira (2003), deixa a área sujeita ocupação. A autora afirma que, por ser área privada, atende aos parâmetros construtivos previstos para ZP1, Zona de proteção 1.

FIGURA 88: Praça da Lagoa Seca.
Foto: Autora, 2000.

FIGURA 89: Inundação da Praça.
Foto: Acervo Associação de Amigos do bairro Belvedere, 1999.

A ocupação urbana da lagoa iria agravar, ainda mais, a situação crítica de alimentação dos lençóis freáticos e de recarga do córrego Cercadinho. A urbanização do bairro já foi responsável por uma redução significativa na área da Lagoa, o que diminuiu consideravelmente sua capacidade de absorção.

Existe ainda, o problema da poluição que penetra o solo por meio da infiltração de águas residuárias na lagoa, apontado por Ferreira (2003), e identificado *in loco*. A contaminação das águas pluviais lançadas no Córrego do Cercadinho caracteriza uma infração ambiental grave e de sérias conseqüências na qualidade da água e do solo. O Córrego do Cercadinho é enquadrado como classe especial pela COPASA, portanto a poluição que infiltra na área altera a qualidade da água do córrego que abastece o município.

Segundo Ferreira (2003) a poluição tem como uma de suas fontes o sistema viário local, receptor de óleos, graxas e demais resíduos dos veículos que trafegam por ele e são lavados pela chuva e conduzidos à Lagoa Seca e desta para o Córrego do Cercadinho. Outra fonte de poluição são os resíduos sanitários, lançados clandestinamente na Lagoa, provenientes da lavagem das calçadas ou carros. Humberto Silva (2002:25) acrescenta que "o poluente infiltrado na Serra do Curral pode migrar para longas distâncias e contaminar aqüíferos de outras regiões". A poluição dos aqüíferos, portanto, é um problema amplo e que prejudica não só a região, mas também o entorno. (Figura: 90 e 91)

b) Influência no Trânsito

Eduardo Cortizo (2002) aponta o trânsito como um dos principais problemas advindos da urbanização do bairro, na medida em que trouxe um acréscimo significante no montante de carros que circulam na região.

FIGURA 90: Tubulação de lançamento de águas pluviométricas na lagoa.
Foto: Autora, 2006.

FIGURA 91: Lançamento de resíduos contaminados na lagoa.
Foto: Autora, 2006.

O autor menciona o estudo de impactos no trânsito da região elaborado pelo órgão responsável pela gerência de trânsito de Belo Horizonte (BH-trans) para a expansão do BH Shopping em 1995, e salienta ausência de estudo semelhante para a implantação do Belvedere III.

Mas ao fazer um prospecto do incremento de carros da área o autor destaca que o adensamento da zona sul de Belo Horizonte e dos condomínios de Nova Lima tem impacto direto no trânsito de Belo Horizonte. O esgotamento das vias de acesso à cidade de Nova Lima e os bairros da região sul é resultado da falta de planejamento e estudo de impactos dos empreendimentos novos. A BH-Trans tem feito estudos para solucionar o problema, mas sem muito progresso devido à necessidade de uma integração com a Prefeitura de Nova Lima para efetivar uma solução eficiente para toda a área prejudicada. (Figura 92)

FIGURA 92: Principal Fluxo de Trânsito.
Desenho: Autora, 2007.

O adensamento automotivo é um fato preocupante na medida em que os poluentes lançados no ar provenientes da queima de combustível são maiores quanto maior for a concentração de carros e mais tempo eles permanecem funcionando. Para atender à crescente demanda, seria necessário ampliar as vias de acesso e a criar novas vias para novas alternativas de acesso, para desconcentrar o tráfego das vias existentes e já sobrecarregadas.

c) Influência na Estabilidade do Solo

Cortizo (2002) avalia que as estruturas de fundações da região são profundas, o que altera a conformação do subsolo. Segundo o autor o solo é composto por uma camada superficial onde os edifícios se apóiam e uma camada inferior composta por Rocha Calcaria dolomítica, as estruturas são estáveis e apoiadas sob a primeira camada, mas se transmitirem carga para a rocha, esta pode não ser compatível com a capacidade de carga, o que poderia causar recalques na fundação e prejuízo à estrutura.

Humberto Silva (2002) alerta também para instabilidade do solo sujeito ao rebaixamento dos lençóis freáticos devido aos fatores de absorção já discutidos, resultando em risco de recalques nas fundações.

d) Alterações no clima

A direção predominante dos ventos em Belo Horizonte é Leste e Nordeste, ocorrendo da Serra do Curral para a cidade. Com a implantação das edificações alguns autores afirmam que a velocidade e direção dos ventos podem ser alteradas, mas, ainda não há estudos que confirmem esta hipótese. O relevo de Belo Horizonte contribui para a formação de um corredor de ventilação que passa pelo bairro Belvedere. O paredão formado pelas edificações do bairro pode ter efeito no redirecionamento e bloqueio dos ventos, criando áreas de sombra, ou seja, sem ventilação natural. (Figura 93)

O departamento de tecnologia da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da UFMG desenvolve projeto de pesquisa inscrito no CNPQ intitulado: “Parâmetros de Conforto Ambiental no Planejamento Urbano de Belo Horizonte” onde realizam um estudo da influência da morfologia urbana no micro-clima da cidade de Belo Horizonte sob orientação da prof. Eleonora Sad Assis. Os pesquisadores defendem a idéia de que sejam consideradas na legislação urbanística as características de ventos para a determinação dos padrões arquitetônicos. Existem estudos como o da mestranda da UFMG, Jacqueline Alves Vilela, em desenvolvimento, avaliando o impacto das edificações do Belvedere III no micro-clima de Belo Horizonte devido à sua localização e tipologia edilícia.

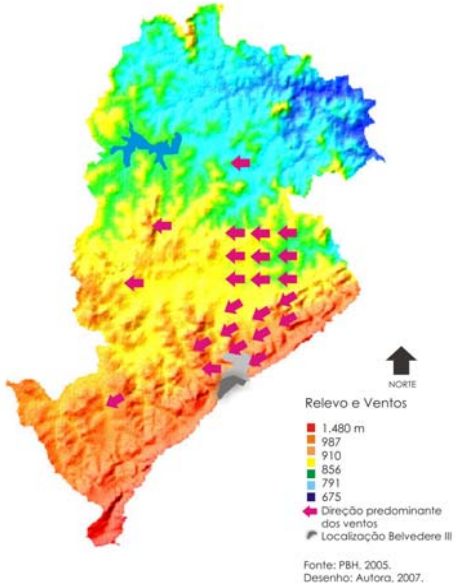


FIGURA 93: Direção dos Ventos e influência do Bairro na ventilação natural. Nota-se que o relevo de Belo Horizonte contribui para a formação de um corredor de ventilação que passa pelo bairro Belvedere. O paredão formado pelas edificações do bairro pode ter efeito no redirecionamento e bloqueio dos ventos, criando áreas de sombra, ou seja, sem ventilação natural.
Fonte: adaptado de mapa da Prefeitura de Belo Horizonte disponível em http://www.pbh.com.br, 10/05/2006.
Desenho: Autora, 2007.

e) Descaracterização da paisagem

O impacto mais visível do bairro Belvedere III é a alteração na tipologia edilícia da região. A área originalmente desocupada, vizinha de bairros essencialmente residenciais e com edificações unifamiliares, apresenta uma descaracterização agressiva, devido à sua composição por torres altas, de edifícios residenciais, mistos e comerciais. (Figuras 94 e 95)

Somado ao fator de disparidade das edificações, existe o fato de que o paredão formado pelos edifícios constitui em um bloqueio visual para a Serra do Curral, que, como já identificamos no capítulo 3, é a principal referência paisagística da cidade. Considerado pela população como identidade da capital, e pela legislação nacional, por meio do tombamento do IPHAN, como patrimônio histórico e paisagístico.

FIGURA 94: Edifícios do Belvedere III e Serra do Curral ao Fundo.
Foto: Autora, 2006.

FIGURA 95: Edifícios do Belvedere III, Serra do Curral ao Fundo em destaque e simulação do perfil da Serra por trás das edificações.
Foto: Autora, 2006.

4.1.2 - Outros Impactos

Dentre todos os impactos negativos da implantação do novo bairro, existem fatores que podem ser considerados positivos, mas, que, a nosso ver, não indicam uma contrapartida aos impactos negativos.

O primeiro é o de geração de empregos, que ocorre durante a execução e após a consolidação do bairro. Durante a obra, devido ao grande montante de técnicos, operários e comerciantes envolvidos - pedreiros, serralheiros, ajudantes, engenheiros, arquitetos, lojas de material de construção - uma vasta gama de pessoas se beneficiam com o aquecimento do setor de construção civil.

Após a conclusão das obras e do bairro, este contingente passa a ser ainda maior, com a absorção de porteiros, jardineiros, faxineiros, empregadas domésticas, arrumadeiras, motoristas, balconistas, vendedores, recepcionistas, secretárias, entre outros prestadores de serviços que trabalham nas residências e comércio.

Além dos novos empregos o novo bairro gera tributos. A existência na área de edificações de alto padrão construtivo representam uma arrecadação alta de IPTU, imposto cobrado sobre a terra, para a Prefeitura de Belo Horizonte, valores da ordem de 3 milhões de reais.[20]

Estes fatores somados poderiam indicar uma vantagem econômica para a implantação do bairro, mas se nos apoiarmos nos conceitos de desenvolvimento sustentável das cidades veremos que o lucro gerado com a implantação do bairro não supera o prejuízo ao ecossistema natural. Sobretudo se considerarmos que o lucro gerado se concentra em um pequeno grupo de pessoas, em prejuízo à população da região como um todo que tem nesta área uma importante fonte de recarga fluvial para os mananciais que abastecem a cidade e região.

4.2. Ensaio comparativo ao Belvedere III

Selecionamos dois casos de condomínios de padrões de ocupação de alto luxo, semelhantes ao do bairro Belvedere, o "*Riserva Uno*" na Barra da Tijuca e o Panamby, no Morumbi em São Paulo que podemos considerar como modelos deste tipo de ocupação de alta renda, elitista e exclusivista.

[20] Fonte: Gazeta Mercantil, Minas Gerais, ano III, nº571, caderno Arquitetura & Construção, 17 de julho de 2001, p. 04, apud: CORTIZO, 2002.

Ambas as áreas estão inseridas em regiões de interesse ambiental e paisagístico onde buscaremos identificar as polêmicas que envolveram os lançamentos, as estratégias de venda e os padrões encontrados, reforçando a idéia de que casos como o do bairro Belvedere III vem ocorrendo em diversas aprovações de loteamentos e ocupações urbanas no Brasil.

4.2.1. "*Riserva Uno*" – Barra da Tijuca, Rio de Janeiro

No Rio de Janeiro, o caso mais recente de ocupação urbana de alto luxo semelhante ao que ocorre no Belvedere vem sendo discutido desde setembro de 2006, é o do condomínio *Riserva Uno* na Barra da Tijuca, localizado em uma Zona de Ocupação Controlada – ZOC – definida em decreto de número 11.990, datado de 1993, ao lado da APA (Área de Preservação Ambiental) de Marapendi. (Figuras 96 a 104)

O caso ganhou projeção por se tratar de uma ocupação que foi aprovada em meio a diversas irregularidades. O Deputado Estadual Paulo Ramos[21] denuncia que, antes do lançamento do empreendimento, a legislação construtiva da área foi alterada permitindo gabaritos maiores. O Deputado afirma que tão logo tomou conhecimento das alterações entrou com um pedido de tombamento de toda a área, e foi solicitado o veto da nova lei, mas, segundo o deputado, diversas manobras que incluíam tráfego de influência de desembargadores impediram o veto da nova lei e a aplicação do tombamento.

FIGURA 96: Foto aérea APA de Marapendi. Foto: Vera Tangari, 2007.

FIGURA 97: Foto aérea APA de Marapendi. Foto: Vera Tangari, 2007.

[21] Paulo Ramos é Deputado Estadual do Rio de Janeiro e proferiu estas denúncias em discurso na Assembléia Legislativa publicado no site da Assembléia: http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/tagalerj.nsf/5d50d39bd976391b83256536006a2502/a727730b86c44fe5832571e000749b1f?OpenDocument consultado no dia 25/01/2007

Outras irregularidades são apontadas por Ramos (2007), como o fato de, na época da liberação da licença ambiental, uma operação da Policia Federal ter deflagrado a existência de uma quadrilha de venda de licenças ambientais entre os membros do IBAMA (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis) e FEEMA (Fundação Estadual de Engenharia do Meio Ambiente). Outro agravante da polêmica em torno do lançamento do condomínio é uma disputa judicial quanto à propriedade da área que foi vendida às construtoras Plarcon, Cyrela e a RJZ por Pasquale Mauro em janeiro de 2006. Porém os empresários e primos Alberto Hekel Tavares e Carlos Eduardo Chagas Memória alegam serem herdeiros do terreno e apontam diversas irregularidades que comprovariam que Pasquale não poderia ser o proprietário.

FIGURA 98: Localização *Riserva Uno,* Barra da Tijuca – Rio de janeiro/RJ.
Fonte: www.googlemaps.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 99: Foto aérea APA de Marapendi.
Foto: Vera Tangari, 2007.

FIGURA 100: Foto aérea APA de Marapendi.
Foto: Vera Tangari, 2007.

FIGURA 101: Localização do terreno do condomínio *Riserva Uno* na APA de Marapendi.
Fonte: www.googlemaps.com.br.
20/04/2006.

O condomínio de 43 mil m² será composto por cinco torres de 15 pavimentos, num total de 210 apartamentos de 290 a 550 m². O preço médio dos apartamentos é de 2,5 milhões de reais. A vista recebe destaque por ser uma visada de 360º. Este novo condomínio é apresentado como o mais luxuoso do Rio de Janeiro, o primeiro em segurança e automação.

Ao analisarmos as estratégias de *marketing* do edifício podemos destacar os mesmos pontos trabalhados no Belvedere III, em Belo Horizonte, como: a presença constante de estrangeirismos; a valorização das áreas livres; a extensa lista de serviços e comodidades que o condomínio oferece; a segurança que é apresentada como a mais moderna do mercado; e a apresentação de um diferencial entre os outros lançamentos - a localização privilegiada próximo ao mar e a Lagoa de Marapendi - e a existência das únicas *I-Homes* do Rio de Janeiro. Outro destaque é o uso de senha ou leitura digital para abertura das portas em substituição às tradicionais chaves. (Figura 105 a 109)

As *I-Homes* são casas que apresentam tecnologia de última geração em automação, os eletrônicos podem ser acionados e configurados por meio do celular ou computador de bolso: a banheira ou o chuveiro, por exemplo, podem ser configurados quanto à temperatura e horário de acionamento.

Outro fator interessante a ser destacado é a identificação dos elementos do empreendimento, como padrões arquitetônicos ou urbanos e até tecnológicos com a oferta do mercado mundial. No caso da segurança do *Riserva Uno* afirma-se que o dispositivo de alarme é o mesmo usado pelo FBI e Casa Branca, nos Estados Unidos. Nota-se que enquanto em Belo horizonte o referencial é o Rio de Janeiro, no Rio o referencial é internacional.

FIGURA 102: Aspectos do terreno do condomínio *Riserva Uno* na APA de Marapendi.
Foto: Vera Tangari, 2007.

FIGURA 103: Aspectos do terreno do condomínio *Riserva Uno* na APA de Marapendi.
Foto: Vera Tangari, 2007.

FIGURA 104: Aspectos do terreno do condomínio *Riserva Uno* na APA de Marapendi e ocupação de entorno.
Foto: Vera Tangari, 2007.

O caso do *Riserva Uno* é mais um onde podemos ver a atuação do mercado na alteração da legislação ambiental de forma a se beneficiar, e onde o marketing é usado na criação de uma identidade da casa ideal e única, "um lugar exclusivo na Barra da Tijuca".[22]

FIGURA 105*:* Serviços oferecidos no *Riserva Uno*.
Fonte: http://www.cyrela.com.br.
20/04/2006.

FIGURA 106*:* Sala Infantil do *Riserva Uno*.
Fonte: http://www.cyrela.com.br.
20/04/2006.

FIGURA 107*:* Quadras *Riserva Uno*.
Fonte: http://www.cyrela.com.br.
20/04/2006.

FIGURA 108*:* Jardim *Riserva Uno*.
Fonte: http://www.cyrela.com.br.
20/04/2006.

FIGURA 109*:* Parque Infantil do *Riserva Uno*.
Fonte: http://www.cyrela.com.br.
20/04/2006.

[22] Frase de efeito encontrada no anúncio publicitário on-line do empreendimento. www.cyrela.com.br, consultado em 25/01/2007.

4.2.2 – "*Panamby*" – Morumbi, São Paulo

Em São Paulo podemos citar como uma ocupação semelhante à que ocorreu no Belvedere III: conjunto do Panamby-Morumbi. Um empreendimento localizado no bairro Morumbi entre a Marginal Pinheiros, o Córrego Pau Arcado, Jardim Santo Antonio e Cemitério do Morumbi. (Figuras 110 a 112)

A gleba de 482.215 m² – pertencente originalmente a um único grupo de empreendedores, a Panamby Empreendimentos – contou com um plano de ocupação urbanística desenvolvido pelos escritórios de Afflalo e Gasperini Arquitetos S.A. e KRAF Planejamento Ambiental S/C Ltda. O plano intitulado Plano Diretor de Desenvolvimento da Área da Chácara Tangará também gerou polêmica entre os que defendiam a criação de um parque no local. (GONÇALVES, 1999)

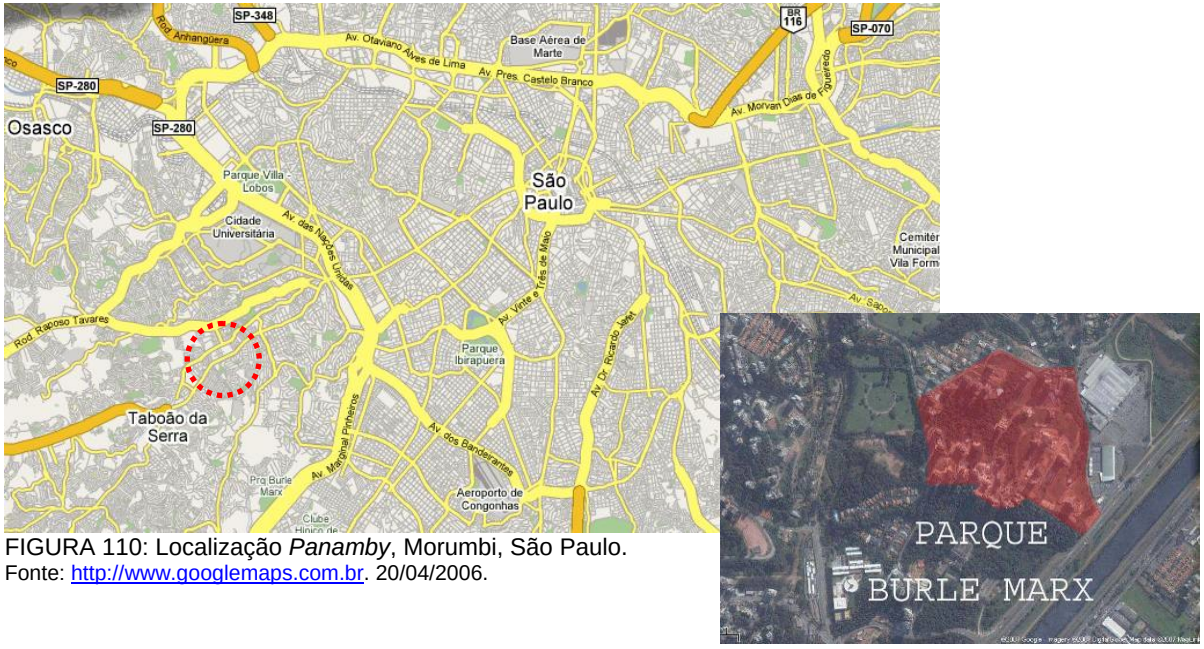


FIGURA 110: Localização *Panamby*, Morumbi, São Paulo.
Fonte: http://www.googlemaps.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 111: Aspectos do Parque Burle Marx com o *Panamby* ao fundo.
Foto: Vera Tângari, 2007.

FIGURA 112: Aspectos do Parque Burle Marx.
Foto: Vera Tângari, 2007.

A discussão passou por três prefeitos paulistas até chegar à gestão de Maluf, em 1993, que autorizou a retomada do empreendimento. Mas, ainda na gestão de Erundina, foi assinado um acordo que definia algumas contrapartidas para o empreendimento, entre elas: a ampliação de dois parques destinados a preservar a Mata Atlântica original; a doação dos parques à Prefeitura para que fossem transformados em áreas públicas; a recomposição paisagística do jardim concebido por Burle Marx, e a garantia da manutenção das áreas verdes e a construção de uma creche na área institucional. (GONÇALVES, 1999)

O Parque Burle Marx se tornou o diferencial deste empreendimento, que conta com edifícios residenciais multifamiliares e torres comerciais. Os edifícios possuem grandes áreas de lazer e elevados padrões de urbanização e manutenção, só possíveis em empreendimentos privados.

Segundo Fábio Gonçalves (1999), a área se difere do restante do Morumbi devido ao seu plano estratégico, que forma ambientes urbanos equilibrados, evitando os erros da falta de planejamento do restante do bairro tais como: falta de iluminação; ventilação; grandes empenas cegas decorrentes das garagens subterrâneas e desníveis acentuados de um bairro pensado lote a lote, sem uma consideração da quadra. No condomínio, as quadras foram pensadas quanto ao parcelamento, ocupação e volumetria. O Plano da área define a posição e volumetria dos 43 edifícios com projetos diferenciados.

A área apresenta as mesmas características segregacionistas das ocupações de alto luxo que temos apresentado. A apropriação do espaço público no caso do Panamby é ainda mais evidente que no Belvedere.

FIGURA 113: Acesso ao condomínio Villagio Panamby, destaque para o tratamento paisagístico.
Fonte: http://www.gafisa.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 114: Destaque para a segurança do condomínio Villagio Panamby.
Fonte: http://www.gafisa.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 115: Foto lazer aberto de um dos edifícios.
Fonte: http://www.gafisa.com.br. 20/04/2006.

Gonçalves afirma que os acessos do público ao parque são dificultados devido à inexistência de linhas de ônibus que cheguem até o local, de estacionamento, ou de calçadas. Dentro do parque é proibido jogar bola, passear com cachorros, andar de bicicleta ou escutar rádio.

Desta forma ele se torna um parque exclusivamente contemplativo, e voltado para o uso dos moradores do Panamby, se tornando um parque "privado" pela dificuldade de acesso do público. O empreendimento conta também com outras áreas de reserva verde, áreas que não foram ocupadas devido à inclinação do terreno – superior a 30% – ou por apresentar vegetação original significativa. Estas áreas foram agregadas aos condomínios e ao seu valor econômico e, segundo Gonçalves (1999:155), cumprem "papel cênico, visual e ambiental".

Quanto aos padrões arquitetônicos, urbanos e estratégias de *marketing* podemos apresentar semelhanças claras. Apesar de todo o planejamento Gonçalves (1999) destaca que o padrão arquitetônico do Panamby em nada se difere do que ocorre no restante do Morumbi.

FIGURA 116: Frase de efeito do Anúncio publicitário do edifício *Domaine du Soleil*.
Fonte: http://www.gafisa.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 117: Ilustração do *Fitness* Edifício *Jazz Duet*.
Fonte: http://www.gafisa.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 118: Ilustração do Espaço Gourmet Edifício *Jazz Duet*.
Fonte: http://www.gafisa.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 119: Ilustração vista da varando do Edifício *Domaine*.
Fonte: http://www.gafisa.com.br. 20/04/2006.

O empreendimento é composto por vários condomínios, cada condomínio possui de 2 a 5 edifícios. Os edifícios apresentam 1 ou 2 apartamentos por andar, com 4 a 5 suítes, 4 a 5 vagas de garagem. Cada torre apresenta uma área de lazer com piscinas, trilhas para caminhada, áreas de churrasqueira, quadras e infra-estrutura de serviços, além da infra-estrutura do condomínio como um todo. Existe um destaque especial para a segurança da área.

Também neste caso identificamos as mesmas estratégias de marketing do Belvedere III:

a) as frases de efeito como: “Um novo conceito de qualidade de vida” ou “Um condomínio completo para você se sentir de férias 365 dias no ano”;

b) os estrangeirismos estão presentes nos nomes dos edifícios “*Domaine du Soleil”,* ou *“Jazz Duet*” e para definir espaços como “*Playground*”, “*Fitness*”, ou “*Relax*”;

c) o uso de caracterização dos espaços: “uma sala com uma vista de tirar o fôlego”, “Quiosque de estar com Pergolado”, “Piscina com raia de 25m”;

d) o uso de ilustrações: o apelo para as imagens de alta qualidade de produção é um ponto forte do marketing de vendas dos empreendimentos atuais.

FIGURA 120: Ilustração piscina com raia do edifício *Domaine*.
Fonte: http://www.gafisa.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 121: Ilustração do *Fitness*, *Spa* descanso do edifício *Domaine*.
Fonte: http://www.gafisa.com.br. 20/04/2006.

FIGURA 122: Ilustração Banheiro *Máster* do edifício *Domaine*.
Fonte: http://www.gafisa.com.br. 20/04/2006.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerações Finais

Pesquisar a cidade, sua dinâmica e sua formação e refletir sobre os impactos de sua expansão são uma forma de analisar a produção do espaço urbano e seu reflexo na formação da paisagem. Nos estudos feitos, observa-se uma busca pela ocupação de ambientes naturais, que fazem com que os empreendimentos avancem sobre as áreas preservadas sem respeito às leis de proteção existentes, no intuito de criar ocupações urbanas mais rentáveis.

Uma ocupação urbana de baixa renda certamente seria mais danosa ao ambiente do que a ocupação de alta renda que ocorreu no Belvedere III, na Barra da Tijuca ou no Panamby, entre outros casos conhecidos. As taxas de ocupação seriam maiores, a impermeabilização e destruição da vegetação natural também seriam maiores. A poluição produzida pela ausência de infra-estrutura de água e esgoto causaria impactos mais significativos do que os observados nas ocupações destinadas à população de alta renda devido aos padrões urbanos mais precários.

No entanto, procurou-se destacar neste trabalho o fato de ocupações urbanas de alta renda causarem impactos pautadas em um interesse do mercado imobiliário que desconsidera fatores ambientais. Podemos citar ainda os impactos sociais provenientes da alta segregação social e concentração de riquezas, característicos dos empreendimentos residenciais analisados.

Se a verticalização da área agregasse habitações sociais que contribuíssem para a redução do déficit habitacional existente, talvez houvesse uma justificava para a ocupação de uma área de reserva ambiental. Mas os agentes imobiliários têm como foco principal o lucro, não apresentam interesse em encontrar soluções para problema habitacional brasileiro.

Segundo Tramontano (1998), existe um domínio da razão econômica do mercado sobre a produção arquitetônica das cidades. A questão da habitação é analisada por meio de pesquisas direcionadas, como a do NOMADS [23], que estuda possíveis propostas e inovações para a criação de habitações que atendam aos interesses e necessidades da população.

Em uma sociedade capitalista o solo é visto como mercadoria e como tal a área onde hoje está inserido o Belvedere III representava valor comercial muito alto para se manter desocupada ou para receber habitações populares. O caso de Belo Horizonte não é único, existem diversos casos no Brasil de áreas de ocupação de alta renda ilegais ou onde ocorre manipulação da legislação vigente, como visto anteriormente em exemplos de São Paulo e Rio de Janeiro. (Figuras 123 a 126)

Em um mundo globalizado, Cancline (2006) afirma que o consumo é globalizado, e as pessoas são o que consomem, ou seja, a identidade do individuo está vinculada ao seu poder de compra. A casa é uma mercadoria e sua oferta também depende hoje de influências globalizadas, o ideal para as classes de alta renda de diversas cidades é o mesmo. Tramontano (1998) destaca que as informações são acessíveis em qualquer localidade, a qualquer momento, em alta velocidade, o que permite que a imagem do ideal seja apresentada a diversos atores, ao mesmo tempo, em localidades diversas. Os agentes promotores do marketing atuam na massificação da demanda que atinge todos os produtos comercializáveis no mundo, inclusive a habitação.

FIGURA 123: Edifícios Belvedere III – Belo Horizonte.
Foto: Autora, 2006.

FIGURA 124: Condomínio Paradiso – São Paulo.
Foto: Silvio Macedo, 2007.

FIGURA 125: Edifícios na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro.
Foto: Vera Tângari, 2007.

[23] Marcelo Tramontano coordena o Núcleo de estudos de habitares interativos da Universidade de São Paulo – o NOMADS – que pesquisa a arquitetura e o design da habitação, analisando a relação entre espaço e quotidiano, e a influência da interatividade de informações no habitar atual.

A habitação de alto luxo apresenta intensa tendência a agregar valores de consumo padronizados, pois não busca atender a uma necessidade básica de moradia, mas a um desejo de consumir o melhor produto do mercado, mais sofisticado e completo. Com a massificação da demanda, temos uma uniformização da oferta e da arquitetura produzida. O resultado sobre a paisagem da cidade decorrente da atuação deste mercado é uma paisagem homogênea e sem identidade própria, devido à uniformização de linguagens projetuais que caracterizam o ambiente construído.

O mercado influencia os padrões tanto arquitetônicos quanto urbanos, e alguns fatores são produtos chaves de vendas: conforto, lazer e segurança. Dentro destas perspectivas são criados programas habitacionais cada vez mais complexos com apartamentos amplos, áreas de lazer que se assemelham à clubes e sistemas de segurança de última geração.

No caso de condomínios fechados, o projeto urbano é parte integrante da proposta. Nestes casos a uniformização se faz presente nas grandes áreas livres com tratamento paisagístico sofisticado, e equipamentos de uso comum de esporte e lazer, ruas largas, calçadas arborizadas e pavimentadas de maneira padronizada. A administração e conservação nestes condomínios são feitas por empresas particulares e não dependem da prefeitura, o que contribui para uma manutenção satisfatória dos espaços.

Estas áreas formam novas cidades, um novo mundo dentro dos muros do condomínio que ignora o que acontece na “cidade real”. E estas “cidades” são ideais, possuem segurança, tranqüilidade, são bem equipadas, são tratadas paisagisticamente e bem mantidas. Em alguns casos mesmo sem aparato legal, o empreendimento é murado, diminui-se o número de acessos e esses são controlados, originando os denominados condomínios fechados.

Tramontano (2001) destaca que o sucesso dos condomínios fechados é resultado da violência urbana crescente. Mas, segundo o autor, os agentes promotores dos empreendimentos fazem uso

deste fator, muitas vezes tornando o problema maior do que a realidade para valorizar a questão da segurança dentro dos condomínios.

Em casos onde não existe um elemento de fechamento aos acessos do bairro, podem existir outros aspectos que tornem possível a concretização dos ideais de segurança, beleza e manutenção criando-se paisagens diversas das áreas públicas da cidade, mas semelhantes entre si. Esta padronização pode ser verificada quando o empreendedor divulga o autor do projeto urbano ou paisagístico, bem como arquitetônico, ou de decoração: são assinaturas que sugerem a padronização do ambiente.

Como exemplo disto podemos citar a constante referência ao nome do paisagista Benedito Abbud nos lançamentos atuais. Ele possui projetos em todo o Brasil, que produzem espaços cênicos e comercialmente muito interessantes, seguindo as tendências do mercado, tais como a criação de espaços *Zen,* espaços infantis lúdicos e acessos que conferem destaque e monumentalidade aos empreendimentos. A implantação de elementos como: espelhos d'água, fontes, pórticos e palmeiras fazem dos condomínios verdadeiros espetáculos de atração ao público. (Figura 126)

As estratégias de *marketing* se assemelham para divulgar o projeto de um edifício, de um condomínio, de um bairro ou de uma cidade. Considerando-se que o foco da sociedade capitalista é o lucro, são criados padrões que estimulem o consumo para gerar o lucro.

FIGURA 126: Edifícios *Waterways* na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro – projeto paisagístico do arquiteto Bennedito Abbud.
Foto: Vera Tângari, 2007.

Em Curitiba o consumo do "produto ideal" é ampliado para a escala da cidade. Os agentes de promoção do mercado vendem a cidade como "cidade ideal", ideal para viver, trabalhar, visitar, fazer negócios. Em 1990, a cidade foi indicada por urbanistas da ONU como uma das três melhores cidades do planeta para se viver, ao lado de Roma e de San Francisco e se tornou um exemplo de como o *marketing* trabalha na construção da imagem da cidade como um todo. (Figura 127)

FIGURA 127: *Skyline* Curitiba. Foto: Mateus Amorim, 2007.

Fernanda Garcia (1997) indica que a imagem produzida é resultado da ação de quatro campos especializados: o planejamento urbano, a arquitetura, a sociologia e as ciências da comunicação. Estas últimas, segundo a autora, contribuem para a massificação da opinião pública e criam a imagem de uma "cidade que deu certo", onde não há espaço para discussões quanto aos problemas existentes, acontecendo assim, uma universalização dos valores.

FIGURA 128: Marcos da cidade de Curitiba: Jardim Botânico. Foto: Mateus Amorim, 2007.

Algumas das frases de efeito usadas em Curitiba descritas por Garcia (1997) incluem: "cidade espetáculo", "cidade planejada", "capital ecológica", "cidade modelo". A autora aponta como sendo na década de 70 o início do processo de construção da nova imagem, com a implementação das diretrizes do novo Plano Diretor de 1965, que previa um projeto de modernização da cidade.

No caso de Curitiba, Garcia (1997) destaca: a) a **criação das demandas –** a autora cita que antes de ser lançada, a Rua 24 Horas já era divulgada como uma necessidade da cidade moderna; b) a **criação de marcos para a nova identidade** – com investimentos em lazer, cultura e eventos; c) **colagem de referências** – criação de espaços inspirados em espaços modelos, como a rua 24 Horas que possui referências a espaços europeus;

FIGURA 129: Marcos da cidade: Ópera de Arame. Foto: Mateus Amorim, 2007.

d) a **criação de uma identidade para o consumidor**, ávido por novos ambientes e serviços. (Figuras 128 a 130)

No Belvedere III, entre as estratégias de *marketing* estão associadas à criação de uma imagem de condomínio privado, desta forma apresentando os ideais de manutenção, beleza e segurança de condomínios fechados. O poder público foi responsável pela implantação das vias, mas a execução dos demais espaços livres do bairro e sua gestão ficam a cargo da iniciativa privada.

A iniciativa privada atua no bairro por meio da Associação de Amigos do Bairro Belvedere (AABB), instituição composta por engenheiros ligados às construtoras com empreendimentos no local. A associação funciona como uma administradora de um condomínio fechado, garantindo a qualidade do empreendimento como um todo. Esta se responsabiliza pela limpeza das ruas, segurança do bairro e manutenção dos espaços ajardinados.

Dentre as iniciativas privadas para o bairro podemos citar a existência de um projeto paisagístico que contempla todo o bairro, como mencionado anteriormente no capitulo 3, especificando espaços livres e calçadas arborizados e padronizadas, tornando o bairro destaque em qualidade urbana quando comparado ao restante da cidade de Belo Horizonte, que sofre com a falta de recursos e conseqüente falta de manutenção. (Figuras 131 e 132)

O que difere o Belvedere de outros empreendimentos é a sua unicidade. Apesar de ser executado por diversas construtoras, o ideal comercializado, o publico alvo, é o mesmo, e a idade das edificações é praticamente a mesma, o que contribui para a criação de uma paisagem única e homogênea dentro da diversidade urbana de conceitos, demandas reais e perfis sócio-culturais da cidade.

FIGURA 130: Marcos da cidade de Curitiba: Rua 24 Horas. Foto: Mateus Amorim, 2007.

FIGURA 131: Aspectos do tratamento paisagístico das áreas livres públicas. Foto: Autora, 2006.

A AABB também se responsabiliza pela segurança do bairro dando condições ao trabalho à polícia com implantação de cabines, doação de veículos, carros e bicicletas e acompanhando o trabalho dos policiais, contabilizando os casos de violência da região.

Em 2005, surgiu uma nova polêmica envolvendo a área do Belvedere. Um projeto que obteve licença prévia do Conselho Municipal de Meio Ambiente – COMAM – prevê a criação de um novo empreendimento, em uma área de preservação, na gleba 84 do bairro. Localizada entre a BR-040 e MG-030, na divisa com Nova Lima, a área de 147 mil m², que pertencia ao Estado, foi repassada à empresa Fernando Valle S. A. como pagamento pela construção da Câmara dos Vereadores em 1986. (Figura 133 a 135)

A AABB, que representa o Belvedere III, se opõe ao novo empreendimento que apresenta um adensamento maior na área. É interessante ressaltar que no passado a Associação de Moradores do Bairro Belvedere – AMBB, representante dos moradores do Belvedere I e II, foi contrária à implantação do Belvedere III, por motivos ambientais e talvez econômicos, temendo uma desvalorização da área de ocupação de alta renda e unifamiliar.

O novo empreendimento seria composto por 11 torres residenciais com 593 apartamentos, 1 torre comercial, 1 clube esportivo e 1 parque interno criado a partir da recuperação da área degradada do terreno. Os edifícios residenciais teriam entre 20 e 27 pavimentos e os apartamentos teriam área entre 110 e 400 m², a torre comercial teria 23 pavimentos, lojas no térreo e um centro comercial de 126 mil m².

FIGURA 132: Aspectos da padronização do tratamento dado às calçadas do Bairro.
Fotos: Autora, 2006.

FIGURA 133: Mapa de localização do novo empreendimento.
Desenho: Autora, 2007.

Atualmente no Belvedere III existem aproximadamente 2000 apartamentos construídos e 400 em construção. O novo empreendimento representa 25% do número total de apartamentos em uma área inferior a 10% da área total do bairro. As habitações previstas serão de padrão inferior às já existentes e acessíveis à classe média, o que culminaria na desvalorização da área que tem como um de seus principais atrativos a exclusividade de acesso a um público de alta renda.

Considerando-se que as áreas de expansão de alta renda de Belo Horizonte estão se esgotando, só restando áreas de reserva ambiental, a tendência de ocupação e expansão em direção a Nova Lima seguindo o eixo da BR-040 em direção ao Rio de Janeiro se fortalece. Nova Lima é um município localizado ao Sul de Belo Horizonte que, atualmente, apresenta-se conurbado à capital, tendo na cumeeira da Serra do Curral a linha de divisa. (Figuras 136 a 138)

Desde 1970 o município de Nova Lima tem crescido com a implantação de empreendimentos urbanos voltados para a criação de condomínios horizontais de alta renda. O que ocorre neste município é que duas mineradoras concentram a posse de 47% da sua área total. Com o esgotamento das atividades minerais, as mineradoras têm transformado seus terrenos em condomínios fechados.

A princípio as terras foram usadas para edificações de segunda residência da população da cidade de Belo Horizonte, em loteamentos que compunham sítios sem infra-estrutura de lazer ou comércio. Mas atualmente agregam empreendimentos como o Alphaville Lagoa dos Ingleses que possui um complexo programa com escolas, centro comercial e um clube junto aos loteamentos de residências. Hoje o município possui 14 condomínios horizontais e apresenta crescente número de condomínios verticais. (Figura 136 a 138)

FIGURA 134: Foto do local do novo empreendimento.
Foto: Autora, 2006.

FIGURA 135: Foto aérea do local do novo empreendimento.
Foto: Stael Alvarenga, 2001.

Com uma possível desvalorização da área do Belvedere III, a região de Nova Lima terá maior possibilidade de apresentar empreendimentos mais interessantes à classe de renda alta, e assim, a dinâmica do mercado terá continuidade, criando sempre espaços novos e "ideais". Novas áreas de preservação serão ocupadas, novas leis serão criadas para proporcionar a produção das novas ocupações e o mercado continuará atuando na formação da imagem destes novos empreendimentos como necessários e "ideais".

FIGURA 136: Edifícios comerciais e residenciais vericalizados em Nova Lima implantados na Serra do Curral, na divisa com Belo Horizonte. Na foto destaca-se o Belvedere III - a esquerda, a proximidade entre as duas localidade e a linha de trem que é a única barreira física que as separa. Ao fundo um pico mais eminente da Serra do Curral.
Foto: Autora, 2007.

FIGURA 137: *Alphaville* Lagoa dos Ingleses, condomínio fechado, em Nova Lima.
Fonte: *Alphaville* Urbanismo, 2003.

FIGURA 138: Vale do Mutuca, condomínio fechado, em Nova Lima. Foto: Stael Alvarenga, 2001.

Referências Bibliográficas

Referências Bibliográficas

ABREU, Maurício de Almeida. **A evolução urbana do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: IPLANRIO/ZAHAR, 1987. 147 p.

ALPHAVILE URBANISMO S. A. **Viver a vida Alphaville**: Alphaville 30 anos. Mauro Ivan Marketing: Barueri, 2003.

AMORIM, Gláucia Maria. **Impactos ambientais do uso do solo na Serra do Curral no município de Belo Horizonte.** Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 1989. 99 p. (monografia apresentada ao curso de especialização em urbanismo da Escola de Arquitetura da Universidade Federal de Minas Gerais).

BELO HORIZONTE. **Plano Diretor de Belo Horizonte**. Lei de uso e ocupação do solo: estudos básicos, 1995. Disponível no site: < www.pbh.gov.br, consultado em 28/06/2006. >

_____. **Lei de nº 7166/96.** Plano Diretor de Belo Horizonte. Lei de Uso e Ocupação do Solo de 1996. Estabelece normas e condições para parcelamento, ocupação e uso do solo urbano no município. Disponível em: <http://bhz5.pbh.gov.br/legislacao.nsf/42d34f6e3014477e0325679f0041f8fa/8e722441831434ca0325679a00576718?OpenDocument> consultado em 28/06/2006.

_____. **Lei de nº 8.137/00.** Lei de Uso e Ocupação do Solo de 2000. Altera as leis n.os 7.165 e 7.166, ambas de 27 de agosto de 1996, e dá outras providências. Disponível em: <http://bhz5.pbh.gov.br/legislacao.nsf/42d34f6e3014477e0325679f0041f8fa/1cfcc9e2e83f4610032569c20047afb6?OpenDocument> consultado em 28/06/2006.

_____. **Lei Municipal nº 3.802/84**, de 06 de julho de 1984. Organiza a proteção do patrimônio cultural do Município de Belo Horizonte. Publicada no Minas Gerais de 14/06/1984 e retificada em 14/06/1985. Disponível em: <http://www.cmbh.mg.gov.br/images/stories/divcon/cultura/lei3802.doc> consultado em 14/12/2006.

_____. **Lei nº 4.253/85**, de 4 de dezembro de 1985. Dispõe sobre a política de proteção do controle e da conservação do meio ambiente e da melhoria da qualidade de vida no Município de Belo Horizonte. Publicada no Minas Gerais de 06/12/1985 e retificada em 15/02/1986. Disponível em: <http://www.cmbh.mg.gov.br/images/stories/divcon/meio_ambiente/lei4253.doc> consultado em 14/12/2006.

_____. **Lei Orgânica do Município 1990**, de 21 de março de 1990. Dispõe sobre os objetivos prioritários do município. Disponível em: <http://www.cmbh.mg.gov.br/images/stories/divcon/lei%20organica.doc> consultado em 27/02/2007.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos:** Conflitos multiculturais da globalização. Tradução Mauricio Santana Dias. 6.ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006. 228 p.

CARDEMAN, David; CARDEMAN, Rogério Goldfeld. **O Rio de Janeiro nas alturas**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

COUTO, Beatriz. **A Barra (da Tijuca) e a morte anunciada da cidade (maravilhosa)**: o capital imobiliário, os urbanistas e a vida urbana no Brasil. 112-142 p. In: CASTRIOTA, Leonardo Barci (organizador). **Urbanização brasileira:** redescobertas. Belo Horizonte: C/Arte, 2003. 304 p.

CULLEN, Gordon. **A paisagem Urbana.** Lisboa: Edições 70, 1983. Apud: DEL RIO, Vicente. Paisagens, Realidade e Imaginário: a percepção do cotidiano. In: Caderno paisagem, paisagens 1 – Uma visão interdisciplinar sobre o estudo da paisagem. Coord.: GOYA, Cláudio Roberto y; GOYA, Paula da C. Landim y. Bauru: UNESP 1996. 100P.

CORTIZO, Eduardo Cabaleiro. **Mecanismo de avaliação ambiental:** ensaio de perícia ambiental – estudo de caso Belvedere III, município de Belo Horizonte. Dissertação de mestrado curso de pós-graduação em Geografia da PUC Minas, 2002.

CONSELHO NACIONAL DO MEIO AMBIENTE – IBAMA. **RESOLUÇÃO CONAMA Nº 001, de 23 de janeiro de 1986**. Publicado no D. O. U de 17 /2/86. Disponível em: <http://www.mma.gov.br/port/conama/res/res86/res0186.html> consultado no dia 16 de março de 2006.

COSGROVE, Denis. **A geografia está em toda a parte:** cultura e simbolismo nas paisagens humanas. In: CORREA, Roberto Lobato; ROSENDAHL, Zeny, org. Paisagem, tempo e Cultura. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1998.124p.

CRICHYNO, Jorge. **Identidade Urbana Natural-cultural:** Uma expressão do patrimônio ambiental urbano de são domingos, gragoatá e boa viagem (Niterói, RJ). Dissertação de Mestrado em Ciência Ambiental – Universidade Federal Fluminense. 2000. 279 p.

DEL RIO, Vicente. **Paisagens, Realidade e Imaginário:** a percepção do cotidiano. In: Caderno paisagem, paisagens 1 – Uma visão interdisciplinar sobre o estudo da paisagem. Coord.: GOYA, Cláudio Roberto y; GOYA, Paula da C. Landim y. Bauru: UNESP 1996. 100 p.

FABIANO, Pedro Carlos de Alcântara. **O processo de planejamento Urbano e suas temporalidades:** uma análise da influência da legislação urbanística na produção do espaço urbano de Belo Horizonte. Dissertação de Mestrado, Geografia – UFPR, 2005.

FERREIRA, Maura Bartolozzi. **A proteção do patrimônio natural urbano**: estudo de caso sobre a serra do Curral. Dissertação de Mestrado, IGC/UFMG, 2003.

FILGUEIRAS, Paulo. **Estado de Minas**, Belo Horizonte, 10 out. 1994.

FONSECA, Geraldo. **Diário Oficial**, Belo Horizonte, 24 maio 1996, p. 12.

GARCIA, Fernanda Ester Sánchez. **Cidade espetáculo**: política, planejamento e city marketing. Curitiba: Palavra, 1997.

GONÇALVES, Fábio Mariz. **O desenho da paisagem**. São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, 1999. 203 p. (tese de doutorado)

GROSSI, Suely Regina del. **Paisagens naturais e a ação antrópica nas áreas de cerrado.** In: Caderno Paisagem Paisagens 1: uma visão interdisciplinar sobre o estudo da paisagem. Org. GOYA, Cláudio Roberto y. Buru: JG, 1996. p.100.

GROAT, Linda & WANG, David. *Theory in relation to Method e Design and Relation to Method, in Architectural Reseach Methods*. New York: John Wiley & Sons, 2002, p. 73-131.

KOTLER, Philip *et al*. **Marketing de lugares**: como conquistar crescimento a longo prazo na América Latina e no Caribe. Tradução: Ruth Bahr. São Paulo. Prentice Hall, 2006.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br> Consultado em: 12/05/2006.

LEITÃO, Gerônimo Emílio Almeida. **Barra da Tijuca:** do mundo "intocado primevo" à "Miami brasileira". 143-158 p. In: CASTRIOTA, Leonardo Barci (organizador). **Urbanização brasileira**: redescobertas. Belo Horizonte: C/Arte, 2003. 304 p.

LIMA, Kétsia. "Sinônimo de charme e conforto". Estado de Minas, Belo Horizonte, classificados imóveis, domingo, 19 de fevereiro de 2006, capa e p. 3.

LOUREIRO, Claudia e AMORIM, Luiz. "Dize-me teu nome, tua altura e onde moras e te direi quem és: estratégias de marketing e a criação da casa ideal – parte 1 e 2.". Artigo publicado no site Vitruvius, 2005.

MACEDO, Sílvio Soares. **Paisagem, urbanização e litoral** – do éden à cidade. Tese de livre docência, São Paulo, FAU-USP, 1993.

MARICATO, Ermínia. Brasil, cidades alternativas para a crise urbana. Petrópolis: Vozes, 2001.

RAMOS, Paulo. **Discurso na Assembléia Legislativa**. Disponível no site da Assembléia: <http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/taqalerj.nsf/5d50d39bd976391b83256536006a2502/a727730b86c44fe5832571e000749b1f?OpenDocument> consultado em 25/01/2007.

REIS, Graziela. "A Barra da Tijuca de Belo Horizonte". **Estado de Minas**, Belo Horizonte, Onde morar, 2 de out. 1997, p. 3.

REIS, Nestor Goulart. **Notas sobre urbanização dispersa e novas formas de tecido urbano**. São Paulo: Via das Artes, 2006.

SITE DA ASSOCIAÇÃO DE MORADORES DO BAIRRO BELVEDERE, AMBB, SITE PBH. <http://www.ambb.gov.br> consultado em: 20/10/2005.

SITE DA PREFEITURA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE, SITE PBH. <http://www.pbh.gov.br.> Consultado em: 20/10/2005.

SITE DA CAPARAÓ CONSTRUTORA: <http://www.caparao.com.br> consultado em: 20/04/2006.

SITE DA CONARTES CONSTRUTORA: <http://www.conartes.com.br> consultado em: 20/04/2006.

SITE DA CYRELA CONSTRUTORA: <http://www.cyrela.com.br> consultado em: 20/04/2006.

SITE DA GAFISA CONSTRUTORA: <http://www.gafisa.com.br> consultado em: 20/04/2006.

SITE DA GAFISA CONSTRUTORA: <http://www.gafisa.com.br> consultado em: 20/04/2006.

SITE DA LÍDER CONSTRUTORA: <http://www.lider.com.br> consultado em: 20/04/2006.

SITE EMPREENDIMENTO VILLA DEL MONTE: <http://www.villadelmonte.com.br> consultado em: 20/04/2006.

SITE EMPREENDIMENTO VILLA FONTANA: < http://www.vfontana.com.br>. Consultado em: 20/04/2006.

SITE EMPREENDIMENTO TOP GREEN: <http://www.topgreen.com.br>. Consultado em: 20/04/2006.

SITE DA IMOBILIÁRIA SILVIO XIMENES: <http://http://silvioximenes.com.br>. Consultado em: 15/06/2006

SILVA, Humberto da. **Mapeamento geológico, avaliação geológica, geotécnica e proposta de reabilitação de áreas degradadas por movimentos de massa e erosão, com uso de técnicas de bioengenharia no bairros Belvedere e Olhos D'água, Belo Horizonte/MG.** Belo Horizonte; Instituto de Geociências da Universidade Federal de Minas Gerais, abril de 2002. (monografia apresentada ao curso de graduação do departamento de geologia do Instituto de Geociências da Universidade Federal de Minas Gerais)

SILVA, Luciana Paschoal Hoffmann da. **Geoprocessamento aplicado à realidade do patrimônio histórico do bairro Savassi/centro – Belo Horizonte – MG**. Monografia apresentada ao Curso de Especialização em Geoprocessamento da Universidade Federal de Minas Gerais para a obtenção do título de Especialista em Geoprocessamento, 2002.

SOUSA, Aline Amaral de. **A atuação do programa de financiamento carta de crédito caixa no mercado imobiliário.** Rio de Janeiro: IPPUR-UFRJ, 2006. 172 p. (dissertação de mestrado)

TÂNGARI, Vera Regina. **Um outro lado do Rio**. São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, 1999. 357 p. (tese de doutorado)

TRAMONTANO, M. **Habitações, metrópolis e modos de vida**: por uma reflexão sobre a habitação contemporânea. Texto premiado no 3º Prêmio Jovens Arquitetos: Primeiro Lugar na categoria Ensaio Crítico. São Paulo: Instituto dos Arquitetos do Brasil - SP / Secretaria de Estado da Cultura, 1998. Disponível em: http://www.eesc.usp.br/nomads/ consultado em 20 de março de 2007.

TRAMONTANO, M., SANTOS, D. M. **Condomínios fechados:** um olhar arquitetônico. In: revista AAI. v. 1. Porto Alegre: AAI, 2001. Disponível em: http://www.eesc.usp.br/nomads/ consultado em 20 de março de 2007.

VAZ, Lilian. **Uma história da habitação coletiva na cidade do Rio de Janeiro** – estudo da modernidade através da moradia. São Paulo: FAUUSP, 1994. 229 p. (tese de doutorado)

VERÍSSIMO, Francisco Salvador e BITTAR, William S. M. **500 anos da casa no Brasil**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1999.

VILLAÇA, Flávio. **Espaço Intra-Urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel, 1998.

APÊNDICES

Apêndice I

Quadro i - Análise dos anúncios
CADASTRO EDIFÍCIOS BELVEDERE III
TERMOS USADOS PARA PROGRAMA ÁREA DE LAZER
Piscina com 9 x 5 m e 90 cm de profundidade Piscina coberta Piscina aquecida Piscinas adulto e infantil aquecidas Piscina térmica de adultos e infantil Piscina aquecida com raia Raia de 25m aquecida e coberta Piscina térmica com raias de 20m Piscina com hidro, raia para natação e aquecimento Piscinas para recreação e para treinamento Piscinas de recreação adulto e infantil aquecidas Deck com piscina adulto e infantil Piscina adulto com raia oficial e infantil, toda azulejada Piscinas térmicas adulto e infantil com cascata e prainha Duas piscinas aquecidas (com raia para treinamento), sendo uma coberta e integrada à sauna, deck molhado e cascata
Vestiário Vestiário masculino e feminino
Sauna sauna a vapor, sauna com sala de descanso; sauna com sala de repouso SPA, sauna a vapor com descanso com SPA e sala de massagem

Quadra esportiva Quadra de futebol society Quadra de Peteca Quadra demarcada para peteca com iluminação Quadra de Squash Quadra de tenis Quadra de tênis em saibro Quadra de tênis de saibro coberta Quadra de tênis coberta oficial de saibro Quadra de Tênis oficial com piso sintético Quadra poliesportiva Quadra poliespotiva iluminada Quadra poliesportiva gramada
Pista de cooper
Fitness Fitness montado Fitness Center Sala de ginástica e massagem Sala de ginástica montada Sala de ginástica Academia de ginástica Sala de musculação
Salão de jogos Sala de jogos adultos montada Sala de jogos infantis Espaço para jogos e recreação Espaço coberto para recreação e jogos Espaço Kids Sala de Lazer infantil
Playground Playground gramado Playground lúdico Playground com brinquedos lúdicos Playground infantil e Villa Bambino Playground infantil e infanto-juvenil Playground 0 a 5 anos e Playground 5 a 10 anos
Salão de festas Salão de festas c/ copa e cozinha Salão de Festas com terraço e cozinha do Chef

Sala de degustação Sala de almoço Churrasqueira Churrasqueira em espaço coberto com pias e bancadas auxiliares Churrasqueira indoor com grill Churrasqueira e Mirante Gourmet Área de convivência c/ churrasqueira profissional Top grill Cozinha Gourmet Ambiente Gourmet Terraço Gourmet Espaço Gourmet Espaço Gourmet com home theater Gazebo Gourmet Garden Gourmet Open kitchen e Grill Open kitchen com churrasqueira Open kitchen integrado aos jardins e ao salão de festas gourmet (com fogão com coifa e balcão para refeições) Lounge Gourmet , mobiliado e decorado com sistema de áudio e vídeo completo e cozinha equipada com eletrodomésticos e utensílios de mesa e cozinha
Bar Lounge Bar
Terraço Terraço de jardins Jardins com projetos paisagísticos Tratamento paisagístico Tratamento paisagistico e um bosque com árvores frutíferas Projeto paisagístico exclusivo Projeto paisagístico de Benedito Abbud. Espelho d'água Alameda Pergolado Jardim Fonte
Estar ao ar livre Driving range Villa Zen Executive Golf

Apêndice II

Quadro ii – Dados dos edifícios.

Ref	Constr	Condomínio	End	Qdra	Lote	Alt. total	Nº pavtos	Nº qua/sl/lj	Nº vagas	Apt/and	Área apt/sl	Área do terreno	Uso
01	Garcia	Serra Bela	Severino Melo Jardim, 201	61	1, 2, 27								Residencial
02	Alicerce e Castor	Villa Del Monte	Fausto Nunes Vieira, 120		3 a 7, 21 a 26			4su	4		243	6109	
03	Alicerce	Villa San Lorenzo	Fausto Nunes Vieira, 80		8 a 10, 18 a 20								
04	Castor	Célia Guimarães	Fausto Nunes Vieira, 40		11 a 17			4 su + 2 Qe	5		465		
05	Concreto	Belvedere Market Center	Jornalista Djalma Andrade, 46	64									Comercial
06	Concreto	Minas Imagem											
07	Paramount	Pathenon	João Antonio Azeredo, 10	65	1, 2, 3	55, 28	13 Ti + Dp + Pi + Ga	3 + Qe	61	2		1738	
08	Molleer	Velasques	João Antonio Azeredo		4, 5	49, 55	11Ti + Dp + Pi + Ga	4 + Qe	36	1		1056	
09	Paineira	Renata	João Antonio Azeredo		6, 7, 8	60, 5	14 Ti + Dp + 2 Pi + Ga	4 + Qe	61	1		1584	
10	Líder	Clair de Lune	Elza Rodarte Brandão, 137		9, 10, 23, 24	65, 212	16 Ti + Dp + 2 Pi + Ga	3 + Qe	77	2	126	2112	
11	Patrimar	Chateau Chambery[24]	João Antonio Azeredo, 176		11, 12, 21, 22	63, 9	15 Ti + Pi + Ga	4 + 2 Qe	90	1	300	2112	
12	Líder	Piazza Diamante	Elza Rodarte Brandão, 11		13 a 16	*	10 Ti + Dp + Pi + Ga	4su + Qe	4	1	243	2112	
13	Patrimar	Saint Germain	Elza Rodarte Brandão, 203		17 a 20	*	10 Ti + Dp + Pi + Ga	4 + Qe	80	2		2112	
14	Conartes	Place de La Concorde	Elza Rodarte Brandão, 81		25 a 28	65, 727	15 Ti + Dp + Pi + Ga (16 und)	4su + Qe	4 ou 5	1	291	2112	
15	Sólida	Varandas do Belvedere		66	1 a 3	66, 75	13 Ti + Dp + 2 Pi + Ga	4 + Qe	110	2	160	2112	
16	Guerra Martin	Vermont	João Antonio Azeredo, 350		4 a 6	56, 25	12 Ti + Dp + Pi + Ga	4 + Qe	65	1		1656	
17	Alicerce e Castor	Scario[25]	João Antonio Azeredo, 392		7 a 10	68, 77	14 Ti + Dp + 2 Pi + Ga	4 + Qe	5	1	320	2208	

[24] 1º LANÇAMENTO DO BAIRRO 1995, 550MIL(1997)
[25] 650 mil

18	Alicerce e Castor	Marina Guimarães[26]	João Antonio Azeredo, 454		11 a 14, 20 a 25	88, 88	19 Ti + Dp + 2 Pi + Ga (20 um)	4su + 2 Qe	5	1	551	5280	
19	Caparó	Saint Laurent	João Antonio Azeredo, 568		15 a 19	67, 54	15 Ti + Dp + Pi + 2 Ga	4 + Qe	98	2		2676	
20	Patrimar	Saint Michel	Elza Rodarte Brandão, 393		26, 31	*	10 Ti + Dp + Pi + Ga	4 + Qe	3 ou 4	2	160	3277	
21	Líder	Parque des Monganês	Paulo Camilo Pena, 585	67	1 a 5 e 17	68, 76	17 Ti + Dp + Pi + Ga	4 + Qe	128	2		3469	
22	Reside	Parque Belvedere			6 e 7	*	12 Ti + Dp + Pi + Ga	4 + Qe	53	*			
23	Conartes	San Marco	Elza Rodarte Brandão, 416		8 a 10	*	14 Ti + Dp + Pi + Ga (15und)	4su + Qe	4	1	291		
24	Caparaó	Beau Rivage	Elza Rodarte Brandão, 330		11 a 16			4 su		1	345		
25	Patrimar	Place D'Létoile	Vicente Guimarães, 141	68	1 a 5, 24, 25		16 pvts	22 su + 2sm	4		228	3750	
26	Líder	Parc Belle Vue[27]			6 a 11, 15 a 18	*	20 Ti + Dp + 2 Pi + Ga 41 uni	5 + Qe	175	2	271		
27		Mont Evian	Vicente Guimarães, 21		12, 13, 14	*	17 Ti + Dp + 2 Pi + Ga	4 + Qe	55	*			
28	Paranasa	Andromedra	Paulo Camilo Pena, 602		19 a 23	*	12 Ti + Dp + Pi + Ga	4 + Qe	83	2			
29	Concreto	Antares	Paulo Camilo Pena, 609	70	1 a 4	47	13 Ti + Dp + 2 Pi + 2 Ga	4 + Qe	110	2	352	2112	
30	Concreto	Lyra Residence	Prof. Raimundo Cândido, 52		5, 6, 7, 8, 9			2 su + 2 sm	3 ou 4		175		
40	Patrimar	La Rochelle	Prof. Raimundo Cândido, 130		10 a 13	*	14 Ti + Dp + Pi + Ga	4 + Qe	64	2			
41	Patrimar	Annecy	Juvenal Melo Senra, 52		14, 20, 21			4 Qu	2 ou 3	2		1584	
42	Agmar	Aspen	Juvenal Melo Senra, 20		15 a 19	*	15 Ti + Dp + Pi + 3 Ga	5 + 2 Qe	111	1			
43	Eccil	Portal do Belvedere	Juvenal Melo Senra, 82		22 e 23	*	9 Ti + Dp + 2 Pi + 2 Ga	4 + Qe	42	1			
44	Zenco	Montecchio Maggiore	Juvenal Melo Senra, 128		24 e 25	*	9 Ti + Dp + 2 Pi + 2 Ga	4 + Qe	35	*			
45		Ônix			26 e 27	*	Ti + Dp + Pi + Ga	*	*	*			
46	Garcia	Vecchio	Juvenal Melo Senra, ?		28 e 29	36	Ti + Dp + Pi + Ga	*	43	*	264	1056	
47				71	1, 2,	74,	17 Ti + Dp + Pi + 2 Ga	4 + Qe	64	1			

[26] 1,3 milhões
[27] 460 mil

					33, 34	5							
48	Guerra Martins	Lês Jardins	Juvenal Melo Senra, 219		3, 4, 5, 6, 7,	*	13Ti + Pi + Ga	5 + Qe	3 a 5	*	162, 158, 311	2640	
49		La Brise	Juvenal Melo Senra, 175		8, 9, 31, 32	63, 47	13 Ti + Dp + Pi + 2 Ga	4 + Qe	86	2			
50	Soma	Chamonix	Juvenal Melo Senra, 141		10, 11	38, 3	6 Ti + Dp + Pi + 2 Ga	4 + Qe	44	2			
51	Tercam	Paradiso	Juvenal Melo Senra, 51		12 a 15	44, 4	8 Ti + Dp + Pi + Ga (32apt Ti+ 4 co)	4 + Qe	2	4	125		
52	Unenco	Terraza Esmeralda			16	53, 34	6 Ti + Dp + 2 Pi + 2 Ga	4 + Qe	23	*			
53	Conartes	Monreale[28]	Juvenal Melo Senra, ?		17, 18, 22, 23, 24, 25		19 und		5	1	318	3168	
54	Egesa	Belvedere Park			19, 20, 21	*	15 Ti + Dp + Pi + 2 Ga	4 + Qe	68	1			
55	Paranasa	Áquila	Luiz Paulo Franco, 602		26, 27, 28	*	10 Ti + Dp + Pi + 2 Ga	2su 2sm + Qe	3 a 4	2	159		
56	Paranasa	Orion			29, 30	35, 7	7 Ti + Dp + Pi + Ga	4 + Qe	43	2			
57	Nova Aurora	Nova Aurora I	Juvenal Melo Senra, 409	72	1	*	7 Ti + dp + Pi +2 Ga + lj + slj	3Q + Qe	36	*		*	Misto
58	Mascarenhas B	Roscoe			2, 3	63, 98	7 Ti + lj + Pi + Ga	11 sls + 10 ljs	*				Comercial
59	Nova Aurora	L'Hermitage	Juvenal Melo Senra, 335		4, 5, 6	68, 88	16 Ti + dp + Pi +2 Ga/lj +ga/slj + Ss	4Q + Qe + 10 LJS	14	2		*	Misto
60		Krug Bier	Paulo Camilo Pena, 736		7, 8	11, 60	4						Comercial
61		Posto Texaco			9, 10, 11								
62	Garcia	Via Detroit	Luiz Paulo Franco, 414		12, 13	34, 725	9 Ti + dp + Pi +3 Ga + lj	2Q + Qe + 7 ljs	91	4		*	Misto Misto
63	Collen	Mont Blanc	Luiz Paulo Franco, 434		14 a 16	*	17 Ti + Pi +2 Ga + lj	3Q +(8 + sbj) lj	90	4		*	
64	GL	BH-2	Luiz Paulo Franco, 651		17		7 Ti + 3 Pvt + Dp + Pi + 3 Ga	74sls + 72 ljs					Comercial
65	Eneiwa	Belvedere Blue	Luiz Paulo Franco, 457	73	1 e 13	*	12Ti + lj + sblj + Pi + 3 Ga	(8 p/na + e 3 Pi) sls + 3 ljs					Comercial
66	Ramail	Ville de Quebec	Desembargador Jorge Fontana, 144		2, 14	*	12 Ti + Pi +4 Ga + lj + slj	4Q + Qe +4 lj	72	2		*	Misto
67	Roma	Picasso	Desembargador Jorge		3, 4, 15, 16			1su					Misto

[28] 1,1 milhão de reais

			Fontana, 112										
68		Victory Place			5, 6, 17, 18	72, 26	14Ti + 2 Pv + Pi + 3 Ga	12 sls	*	*			Comercial (Salas)
69					*	*	*	16º, 17º; 1 sls	*	*			
70		Belvedere Bussines Center			7, 8, 19, 20	74, 773	16Ti + 5Ss + lj + Pi	12 sls + 13 ljs		*			
71	Líder/Espaço Engenharia	Via Topázio			9, 10, 11, 12, 21, 22, 23								Misto
72				74	1	68, 76	12Ti + lj + sblj + Pi + 4 Ga	(8 c/ 1b P: 1c/3b) sls + (4c/ 4b) ljs					Comercial
73	Alicerce	Villa San Giorgio	Desembargador Jorge Fontana, 250		2 a 5, 11 a 14	*	16 Ti + Pi +3 Ga + lj + slj	3Q + Qe +(4 c/2b) lj	62	4		4224	Misto Fundação de 97 conclusão em 2001
74	Canopus	Atlanta	Desembargador Jorge Fontana, 214		6, 7, 15, 16	*	24 Ti + Pi + 3 Ga + lj + slj	3Q* +(8 c/b) lj	136	4		2112	
75	Roma	Manhatan Residence Service	Desembargador Jorge Fontana, 200		8, 9, 17, 18	*	10 Ti + dp + 3 Ga + lj + slj (88 uni)	2Q + Qe +(2c/2b) lj	135	8		2208	
76	Líder	Terrazo Esmeralda		75	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 26, 27								Residencial
77	Alicerce e Castor	Villa Fontana	Rodrigo Otávio Coutinho, 230		9 a 17	*	7 Ti + Dp + 2 Pi + 2 Ga	2 su+ 2sm + Qe	4	*	183	4975	
78	Líder	Stanza D'oro			18, 19, 20, 21								
79	Caparaó	Saint Denis	Maestro Arthur Bosmans, 10		22 a 25	66, 46	14 Ti + Dp + 2 Pi + 2 Ga	4 + Qe	63	1		2442,4	
80		Nair Guimarães	Desembargador Jorge Fontana, 408	76	16 e 17	*	12Ti + lj + sblj + Pi + 3 Ga	8 sls + 5 ljs	*				
81	Patrimar	Tower II e Belvedere Mall II	Desembargador Jorge Fontana, 428		4, 5, 18, 19	72, 26	14Ti + 2 Pv + Pi + 3 Ga	[16 + 16 (pil)] sls + 22 ljs	1056		27		
82	Patrimar	Tower I e Belvedere Mall I	Sebastião Fabiano Dias, 210		1, 2, 3, 20	*	*	8 sls + 1º pav:30, 2º pav: 30 ljs	2160				
83					6, 7	74, 773	16Ti + 5Ss + lj + Pi	[10 + 4 (pil)] sls +[3 c/2 IS] ljs	1056				
84	Patrimar	Saint Emilion	Maestro Arthur Bosmans, 55	77	1, 2, 3, 4, 11, 12, 13,			4 su	4		375 e 215	5652	

					14, 15, 16								
85		Giuseppe Verdi	Maestro Arthur Bosmans, 15		7, 8, 9, 10								
86	Concreto	Phoenix Residence	Engenheiro Walter Kurrle, 15	78	1, 2, 20								
87	Valle	Marina Del Rey	Sebastião Fabiano Dias, 105		3, 4, 5, 6			4 Qu	3 ou 4		178		
88	Viotti	Santorini			7, 8, 9								
89		Tomaso Albinoni			10, 11, 12, 13								
90	Tercam	Spazio Uno	Engenheiro Walter Kurrle, 51		14, 15, 16,17,18, 19			2 ou 3 Qu	2		110	3000	
91	Agmar	Courchevel	Engenheiro Walter Kurrle, 12	79	1, 2, 3, 4, 5, 6 , 7, 19, 20, 21			2su+2sm	5		274	5000	
	Patrimar	Chateau de Villandry	Levy de Lafetá, 161		11 a 14			4 su	5	1		3916	
92	Alicerce e Castor	Top Green	Levy de Lafetá, ?	80	1 a 20		3 torres 22 pvts	4 su	5	1	305	10628	
93	Caparaó	Lolita Guimarães	José Ferreira Cascão, 30	81	1 a 7			4 su		1	453		
94		Zermat Tower		82	20, 21, 22								
95	Carneiro e Matos	Bauhaus	Desembargador Jorge Fontana, 540		23, 24		14 (11und)	4Q 2su+2sm	3	1	172		
96	Patrimar			83	11, 12, 13,1 4								
	Líder	Lake Buena Vista[29]	Sebastião Fabiano Dias, 30		9, 10			3			101	4300m²	
97	Gaisler e Sólon	Caesar Park			6, 7								

[29] 140 mil

ANEXOS

Anexo I

Quadro iii
Apartamentos
Preço médio de venda segundo padrão de acabamento e tipo de bairro
Valores em reais/m^2*
Belo Horizonte - dezembro de 2000

Tipo de imóvel	Padrão de acabamento	Bairros por classes de renda			
Apartamentos		Popular	Médio	Alto	Luxo
1 quarto	Baixo	-	-	-	-
	Médio	-	- (1)	-	-
	Luxo	-	-	- (2)	- (3)
2 quartos	Baixo	590 (9)	762 (12)	- (1)	-
	Médio	- (1)	897 (7)	- (3)	1.557 (5)
	Luxo	-	-	-	- (3)
3 quartos	Baixo	814 (10)	706 (9)	-	-
	Médio	807 (9)	943 (26)	1.324 (4)	- (3)
	Luxo	-	- (2)	- (2)	1.712 (10)
	Alto luxo	-	-	-	1.955 (6)
4 quartos	Baixo	-	-	-	-
	Médio	- (1)	- (3)	- (1)	-
	Luxo	- (1)	-	1.507 (8)	1.732 (15)
	Alto luxo	-	-	- (1)	2.079 (44)
Cobertura	Baixo	-	-	-	-
	Médio	- (2)	984 (8)	1.135 (4)	- (2)
	Luxo	-	- (2)	- (2)	1.550 (18)
	Alto luxo	-	-	- (1)	1.906 (20)

* considerada para cálculo a área privativa - NBR 12721/93.
Os números ao lado entre parênteses indicam o número de empreendimentos (preços diferentes) que entram na média.
Só publicamos médias acima de 3 empreendimentos pesquisados.
Fonte: pesquisa IPEAD

Quadro iii A
Apartamentos
Preço médio de venda segundo padrão de acabamento e tipo de bairro
Valores em reais/m^2*
Belo Horizonte - dezembro de 2006

Tipo de imóvel	Padrão de acabamento	Bairros por classes de renda			
Apartamentos		Popular	Médio	Alto	Luxo
1 quarto	Baixo				
	Médio				
	Luxo				
2 quartos	Baixo	1.067 (6)			
	Médio		1.172 (9)	1.528 (9)	
	Luxo				
3 quartos	Baixo				
	Médio		1.031 (14)	1.389 (14)	
	Luxo			2.061 (4)	3.192 (12)
	Alto luxo				3.562 (6)
4 quartos	Baixo				
	Médio			1.351 (7)	
	Luxo			1.547 (8)	2.872 (8)
	Alto luxo				4.026 (39)
Cobertura	Baixo	1.016 (4)			
	Médio		885 (15)	1.035 (12)	
	Luxo				2.415 (14).
	Alto luxo				3.881 (27)

Fonte: pesquisa IPEAD

Anexo II

Quadro vi – Apartamentos - **Número de unidades vendidas** (*)
Belo horizonte - 1998/2000

Ano	1998											
mês	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Nº de unidades Vendidas	240	257	244	287	168	154	186	298	370	226	238	197
Ano	1999											
mês	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Nº de unidades Vendidas	595	201	258	273	293	367	218	314	220	198	262	364
Ano	2000											
mês	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Nº de unidades Vendidas	171	354	237	288	238	215	268	204	220	213	383	140

*) referente à amostra de construtoras pesquisadas –
Não reflete todas as vendas do mercado de belo horizonte.
Fonte: pesquisa IPEAD

Quadro vi A – Apartamentos - **Número de unidades vendidas** (*)
Belo horizonte - 2003/2006

Ano	2003											
mês	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Nº de unidades Vendidas		103	128	126	122	247	162	149	154	189	164	
Ano	2004											
mês	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Nº de unidades Vendidas	165	132	164	173	200	207	172	206	164	198	174	120
Ano	2005											
mês	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Nº de unidades Vendidas	193	151	158	162	155	134	178	209	158	154	201	183
Ano	2006											
mês	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Nº de unidades Vendidas	146	158	192									

Anexo III

Quadro v - Apartamentos
Número de unidades à venda – velocidade de vendas. Belo horizonte - dezembro/2000

Imóveis	Tipo de bairro	No. De imóveis à venda (n)	Velocidade de vendas (vv)
Acabado	Popular	93	2,11%
	Médio	145	4,61%
	Alto	59	3,28%
	Luxo	290	3,65%
	Total	587	3,61%
Construção	Popular	113	9,60%
	Médio	409	8,91%
	Alto	105	2,78%
	Luxo	776	3,12%
	Total	1.403	5,39%
Planta	Popular	81	17,35%
	Médio	254	7,30%
	Alto	-	-
	Luxo	17	5,56%
	Total	352	9,74%
Geral	Popular	287	9,75%
	Médio	808	7,66%
	Alto	164	2,96%
	Luxo	1.083	3,30%
	Total (1)	**2.342**	**5,64%**

Fonte: amostra de 141 construtoras pesquisadas - não reflete toda a oferta do mercado de belo horizonte.
(1) o cálculo da velocidade de vendas reflete a razão entre o nº de unidades vendidas (Quadro 11) e o nº ofertado no início do período, ou seja, o somatório do quantum vendido – Quadro 11 - com o nº de imóveis à venda no final do período (oferta neste Quadro - n).
Fonte: pesquisa IPEAD

Quadro v A - Apartamentos
Unidades em oferta – velocidade de vendas 2006

Estágio	Classe de bairro	Vendidas	Imóveis à venda (o)	Velocidade de vendas (vv)
Acabados	Popular médio	4 10	12 76	25,00% 11,63%
	Alto	8	86	8,51%
	Luxo	21	321	6,14%
	Total	**43**	**495**	**7,99%**
Construção	Popular médio alto	15 14 27	49 285 234	23,44% 4,68%10,34%
	Luxo	51	367	12,20%
	Total	**107**	**935**	**10,27%**
Na planta	Popular médio	0 5	20 125	0,00% 3,85%
	Alto	21	272	7,17%
	Luxo	16	93	14,68%
	Total	**42**	**510**	**7,61%**
Geral	Popular médio	19 29	81 486	19,00% 5,63%
	Alto	56	592	8,64%
	Luxo	88	781	10,13%
	Total (1)	**192**	**1.940 (2)**	**9,01%**

Dados da amostra de construtoras pesquisadas - não reflete toda a oferta do mercado de belo horizonte.
(1) o cálculo da velocidade de vendas reflete a razão entre o no de unidades vendidas e o no ofertado no início do Período, ou seja, o somatório do quantum vendido com o no de imóveis à venda no final do período (oferta o). (2) refere-se a 175 empreendimentos. Fonte: pesquisa IPEAD

Anexo IV

Quadro vi
Apartamentos
Número de unidades ofertadas por tipos de bairros
Dezembro/2000

Tipo de imóvel	Bairros por classes de renda				
	Popular	Médio	Alto	Luxo	Total
Apartamentos					
1 quarto	-	43	62	131	**236**
2 quartos	107	320	42	116	**585**
3 quartos	163	393	11	316	**883**
4 quartos	11	32	39	447	**529**
cobertura	6	20	10	73	**109**
Total	**287**	**808**	**164**	**1083**	**2.342**
Lojas					
de frente	-	18	4	6	**28**
internas	-	-	24	5	**29**
Total	-	**18**	**28**	**11**	**57**
Salas	-	44	70	281	**395**
Andares corridos	-	8	2	3	**13**
Garagens	-	65	73	391	**529**

Fonte: pesquisa IPEAD

Quadro vi A
Apartamentos
Unidades em oferta por classe de bairros 2006

Tipo de imóvel	Bairros por classe de renda				
	Popular	Médio	Alto	Luxo	**Total**
Apartamentos	**81**	**486**	**592**	**781**	**1.940**
1 quarto	--	16	3	3	22
2 quartos	61	71	120	31	283
3 quartos	11	321	276	258	866
4 quartos	--	9	151	417	577
Cobertura	9	69	42	72	192
Lojas	**-**	**-**	**5**	**7**	**12**
de frente	-	-	5	-	5
fundos	-	-	-	7	7
Salas	**-**	**-**	**5**	**13**	**18**
Andares corridos	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
Garagens	**-**	**-**	**48**	**48**	**96**

As informações da oferta de cada bairro são organizadas geograficamente nos grupo de bairros de acordo com perfil
Econômico dos seus moradores. Estes grupos favorecem a análise do mercado diferenciando a classe popular, média baixa,
Média alta e a de maior poder aquisitivo da cidade – chamada luxo.
Fonte: pesquisa IPEAD