

maio 25a29  
2009

**XIII ENA**npur  
encontro nacional da anpur florianópolis



XIII ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM  
PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL

25 a 29 de maio de 2009

Florianópolis - Santa Catarina - Brasil

---

TERRITÓRIOS SIMBÓLICOS DA CIDADE: AS ESTRATÉGIAS DO CAPITAL IMOBILIÁRIO NA  
CONSOLIDAÇÃO DE NOVAS FORMAS DE MORAR

**Fernando Pontual de Souza Leão Júnior** (UPE) - fpontual@uol.com.br

*Professor Assistente da Universidade de Pernambuco, Faculdade Boa Viagem e Esuda, Pesquisador do Nugepp/UFPE  
e Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Urbano/UFPE*

**Cristóvão de Souza Brito** (Universidade de Pernambuco) - cristovaos.brito@ibest.com.br

*Professor da Universidade de Pernambuco e da Faculdade Integrada de Pernambuco*

# **Territórios Simbólicos da Cidade: as estratégias do capital imobiliário na consolidação de novas formas de morar**

## **Resumo**

O propósito desse trabalho é o de analisar as estratégias de consolidação dos processos de verticalização no Recife, enfocando a “**campanha dos prédios altos**” conduzida pela ADEMI-PE em contraposição à Lei da Área de Reestruturação Urbana (ARU - Lei nº. 16.719/2001) que restringe a construção de edificações com muitos pavimentos em bairros de grande interesse para o mercado imobiliário. A partir da reflexão proposta há estratégias simbólicas que o segmento imobiliário utiliza na construção de um maior poder de barganha junto à Prefeitura da Cidade, o que remete à noção de *habitus*, desenvolvida por Pierre Bourdieu, como uma forma de ação no campo político que constitui as relações entre o segmento imobiliário e o poder público.

## **Territórios Simbólicos da Cidade: as estratégias do capital imobiliário na consolidação de novas formas de morar**

O capital imobiliário do Recife vem transformando o padrão de construção, instituindo como modelo os grandes prédios com mais de 20 pavimentos em áreas valorizadas da cidade. A perspectiva de implantação desse modelo seguiu aspectos relacionados com os avanços técnicos e também por estratégias de *marketing*, em que os prédios altos eram inseridos na própria identidade social do Recife e as construtoras passaram a serem vendidas como marcas de grife.

A explosão imobiliária no Recife se consolida nos anos 90 com o aumento gradativo do gabarito de construção, ocasionado pela valorização excessiva de algumas áreas nobres da cidade. Bairros como os de Boa Viagem, Casa Forte, Espinheiro e outros modificaram suas faces urbanísticas de forma muito rápida, ocasionando diversos problemas, como os de segregação sócio-espacial e locomoção dentro dessas regiões, por exemplo. Até então havia poucas restrições quanto ao número de pavimentos das edificações, a não ser aquelas referentes ao domínio tecnológico das construtoras ou de suas possibilidades de financiamento das obras. Pode-se dizer que havia um modelo desregulamentado, em que os interesses do mercado imobiliário coadunavam com as expectativas dos governos, sendo importantes vetores de crescimento econômico e distribuição de renda, por meio da criação de empregos, além de participarem ativamente das políticas públicas de habitação, principalmente a partir dos anos 70, onde o Sistema Financeiro de Habitação potencializou o crescimento do setor.

A desregulamentação, em princípio, parece ter gerado uma possibilidade de desenvolvimento de uma política habitacional, e isso ocorria de forma natural, sem que houvesse necessidade de intervenções mais específicas por parte do Estado. A lógica era apoiar o setor imobiliário criando demanda por meio de financiamento e assim resolver o problema habitacional do país, ou pelo menos o problema da classe média.

Havia uma pressão de demanda que legitimava quaisquer ações que tivessem o intuito de construir os grandes prédios na cidade do Recife. As preocupações passaram para o campo da busca de financiamentos das obras e da venda dos imóveis para o mercado. A venda de imóveis se constituía na viabilização financeira dos empreendimentos. A perspectiva de financiamentos e o mercado em expansão atraíram novos investidores, principalmente agentes imobiliários, para o setor e também novos concorrentes. O acirramento da concorrência e a crise econômica dos anos 80 resultaram em maiores dificuldades de financiamento das obras e das vendas dos imóveis, devido à diminuição dos investimentos estatais no setor. A oferta de imóveis passou a ser maior do que a capacidade

de demanda projetada para os segmentos das classes média e alta. Quanto mais as pressões financeiras ocorriam, maiores se tornavam os gabaritos de construção, visando os ganhos em escala. Essa rápida transição urbanística da cidade resultou em problemas diversos, entre eles a saturação de infra-estruturas sanitárias, o agravamento das questões de trânsito e transportes, aumento da percepção de exclusão social, acirramento da violência urbana nos bairros mais afetados por essas transformações, perda de identidade local, destruição do patrimônio histórico e cultural, entre outras.

Um caso intrigante é o bairro de Boa Viagem, um recanto que se caracteriza por uma disparidade social explícita nos padrões construtivos dominantes em suas diversas subdivisões. A lógica parece ser de que quanto mais próximos da Avenida Boa Viagem, mais verticais se tornam os padrões construtivos. Os prédios altos são vendidos como obras de arte e como tais devem ser utilizados pela parcela mais abastada da sociedade. Apesar de agravar problemas gerais da população e resolver apenas problemas específicos das classes Alta e Média, a percepção geral em relação aos prédios altos está realmente vinculada à idéia de progresso e desenvolvimento social.

Essa visão um tanto quanto míope da realidade chama a atenção para o argumento de que as decisões administrativas consolidadas nos sistemas que regulamentam os espaços urbanos da cidade se constituem muito mais no âmbito de uma lógica instrumental e utilitária, conforme Weber, do que de uma lógica substantiva. A racionalidade prática-instrumental é aquela, segundo Weber designa “todos os modos de vida que considera e julga atividades mundanas em relação aos interesses puramente pragmáticos e egoístas” (Weber apud Kalberg, p.1150). Mais do que uma visão ampliada relativa aos interesses sociais mais amplos, o Estado e o Capital imobiliário apresentam-se mais interessados em resolverem seus problemas específicos. Na visão weberiana tais fatos apresentam-se como disfunções ou anomalias do sistema burocrático estatal. Mesmo não sendo essa a temática central deste artigo, essa visão é importante para estabelecer um marco conceitual acerca das razões práticas que levam os atores a tomar decisões em um contexto específico.

No entanto, apenas a razão instrumental não é capaz de mitigar os diferentes interesses envolvidos nas complexas relações entre Capital Privado e Estado. Ao Capital Privado, no caso deste artigo o capital imobiliário, cabe criar os mecanismos mais eficazes de defesa de seus interesses junto ao Estado. Existem formas diversas de exercitar essa atividade, a mais comum delas é o *lobby*, mas outras formas mais sutis também são praticadas e às vezes passam despercebidas no âmbito de uma análise mais criteriosa.

O propósito desse trabalho é o de analisar, sob a ótica do Poder Simbólico de Bourdieu, as ações estratégicas de construção de um discurso, ou um padrão simbólico no contexto do mercado imobiliário, de maneira a legitimar o padrão verticalizado de construção na cidade do Recife. Mais especificamente, o trabalho fará uma reflexão acerca das estratégias de

consolidação dos processos de verticalização na cidade do Recife, enfocando a “**campanha dos prédios altos**” conduzida pela ADEMI-PE em contraposição à Lei dos 12 bairros (Lei da Área de Reestruturação Urbana (ARU) – Lei nº. 16.719/2001) que restringe a construção de edificações com muitos pavimentos em bairros de grande interesse para o mercado imobiliário.

### **As Políticas Públicas e a Apropriação dos Espaços Urbanos**

As políticas de ocupação dos espaços urbanos no Brasil têm seguido uma lógica fundamentada nas relações entre os diversos atores relevantes nesse processo e em princípios de gestão pública adotados pelos administradores nas três esferas do poder estatal (Municipal, Estadual e Federal), na lógica do jogo de interesses entre esses atores. Dentro dessa perspectiva de jogos de interesses do capital privado em detrimento dos interesses públicos, Sousa (2004, p. 138) afirma que,

[...] “o planejamento, com um mínimo de sentido público e expresso por meio de um conjunto de normas e regras de alcance geral relativas ao uso do solo e à organização espacial, é eclipsado, negligenciado e, não raro, acuado pela enorme ênfase que passa a ser posta em projetos urbanísticos, sejam de embelezamento, revitalização ou de outro tipo – ênfase essa que é muito conveniente para o capital imobiliário”

Para o autor as intervenções no espaço urbano estão cada vez mais subsidiando os interesses do capital imobiliário em detrimento da resolução dos problemas habitacionais próprios das grandes metrópoles. Esse aspecto denota uma situação de imbricamento entre os diversos interesses existentes entre os atores e agentes sociais em um setor de atuação específico. Segundo Clegg (1999, p.61) a imbricação refere-se à “configuração das relações de autonomia relativa e dependência relativa que existem entre as formas econômicas e sociais das organizações”. Para o autor é difícil delimitar exatamente as fronteiras entre os diversos fenômenos que afetam a vida das organizações, inclusive do Estado, e esse imbricamento é uma importante fonte de complexidade nas análises de fenômenos sociais, daí a importância de abordagens multifacetadas e também complexas para fazer jus à complexidade dos fenômenos.

O mercado se insere no fenômeno da ocupação urbana por meio do capital imobiliário. A discussão acerca do capital imobiliário suscita revisão do papel do elemento terra na análise econômica urbana. De acordo com **Gottdiener** (1996, p.18),

[...] “agora a terra pode ser considerada como o ambiente construído tendo seus maiores retornos dos investimentos advindos dos empreendimentos urbano, comercial e residencial. O valor da terra que produz riqueza hoje

não é a qualidade do solo, mas a localização propriamente dita, um fenômeno bastante curioso”.

Os movimentos e ações do capital imobiliário se apresentam como fatores fundamentais na compreensão das formas de apropriação dos espaços urbanos. A regulação da terra, diferentemente da regulação do trabalho e do capital, foi negligenciada pelos Estados Nacionais e tornada incumbência das instâncias locais.

No caso brasileiro o capital imobiliário gozou de grande liberdade de atuação em detrimento de uma política de regulação mais severa em relação à ocupação do solo urbano. As restrições à ação do capital imobiliário estavam mais ligadas ao processo de financiamento dos consumidores finais do que à regulação das características das edificações.

Pinho (1993) verificou que havia uma relação conflituosa entre capital imobiliário e capital financeiro, em um primeiro instante, mas com a saída do Estado do papel de grande financiador do setor imobiliário, este precisou construir uma nova aliança com o capital financeiro a partir da metade da década de 1980.

Segundo Gottdiener (1996), a distribuição e a gestão da terra é uma decisão política e societal, que não pode ser alocada eficientemente por indivíduos através do mercado livre. Os efeitos das ações livres do mercado imobiliário têm gerado externalidades significativas como efeitos nocivos à natureza, problemas de tráfego e infra-estrutura de saneamento, segregação urbana, surgimento de favelas, violência urbana, entre outras.

Uma nuance importante dessas externalidades é evidenciada por Lacerda (1996), ao explicitar o processo de verticalização - densidade na cidade do Recife. Destacando que o processo se assevera naqueles bairros que possuem representações simbólicas ligadas à força e poder, como Casa Forte e Boa Viagem, por exemplo. A tabela a seguir evidencia o número das construções acima de 10 andares nos anos de 1970 e 1990, conforme os dados da autora:

**Tabela 1 – Evolução percentual das edificações acima de 10 pavimentos na cidade do Recife.**

<b>Zonas Urbanas</b>	<b>1970</b>	<b>1990</b>
<b>Zona 1 (Centro da Cidade)</b>	<b>11,08%</b>	<b>15,04%</b>
<b>Zona 2 (Espinheiro e proximidades)</b>	<b>3,59%</b>	<b>21,41%</b>
<b>Zona 3 (Casa Forte e proximidades)</b>	<b>---</b>	<b>13,31%</b>
<b>Zona 4 (Boa Viagem)</b>	<b>12,43%</b>	<b>44,01%</b>
<b>Zonas 5 (área periférica)</b>	<b>---</b>	<b>0,11%</b>
<b>Zonas 6 (área periférica)</b>	<b>---</b>	<b>0,43%</b>
<b>Recife</b>	<b>6,99%</b>	<b>12,27%</b>

Fonte: Lacerda, 1996.

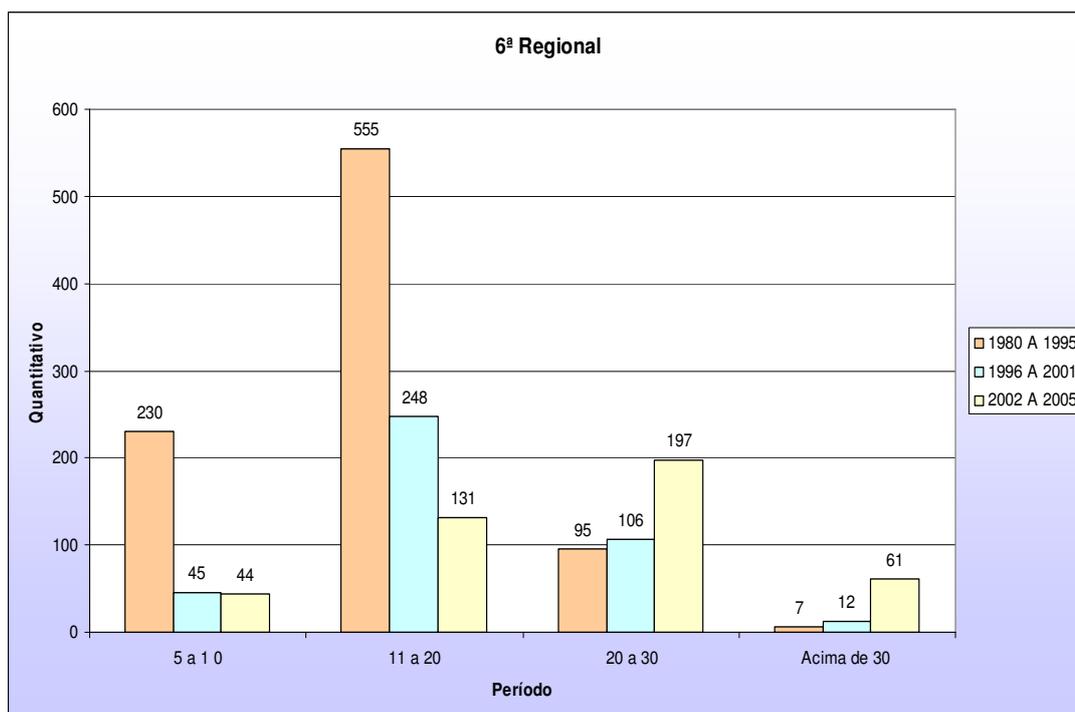
Em estudos mais recentes sobre o comportamento do Mercado Imobiliário em Recife os indicativos são de que houve um agravamento desse processo, em relação ao bairro de Boa Viagem e imediações. Conforme expresso na tabela 2 pode-se observar que no período 2001/2007, de um total de 466 edificações construídas na Zona Sul Superior, que inclui Boa Viagem, Pina, Setúbal e entorno, 290 delas tinham mais de 20 pavimentos, o que denota um grande adensamento, principalmente nas áreas mais próximas à Avenida Boa Viagem. **Leal, Suely** (2007) Pesquisa Produção Imobiliária no Processo de Ocupação da MetrÓpole do Recife.

**Tabela 2 - Distribuição do número de edifícios construídos segundo os grandes grupos geográficos e grupos de pavimentos.**

GRUPOS GEOGRÁFICOS	Pavimentos	UNIVERSO		
		2001-2007	1996-2000	1980-1995
Zona Sul Superior	5 a 10	15	38	226
	11 a 20	161	209	554
	21 a 30	226	75	95
	Acima de 30	64	8	7
	<b>Total</b>	<b>466</b>	<b>330</b>	<b>882</b>

Fonte: Leal, Suely. Pesquisa Produção Imobiliária no Processo de Organização do Espaço Metropolitano do Recife. Recife, NUGEPP, 2007

**Gráfico 1: Verticalização construtiva na Zona Sul do Recife: predominância de edifícios entre 11 a 20 pavimentos, e tendência crescente das edificações de 21 a 30; > 30.**



Fonte: Leal, Suely. Pesquisa Produção Imobiliária no Processo de Organização do Espaço Metropolitano do Recife. Recife, NUGEPP, 2007

O mesmo estudo observando comportamento do Mercado Imobiliário na Zona Sul de Recife evidencia a presença de um *Boom* Imobiliário entre 1980 e 1995, um processo de retração entre 1996 e 2000 e o reaquecimento entre 2001 e 2007.

**Tabela 3: Comportamento do mercado imobiliário na Zona Sul de Recife**

Bairros	2001/07	1996/00	1980/1995	Total
Boa Viagem	424	296	862	1.582
Pina	42	34	20	96
Setúbal	3	0	0	3
Subtotal	469	330	882	1.681
Média Anual	94	66	63	<

Fonte: Leal, Suely. Pesquisa Produção Imobiliária no Processo de Organização do Espaço Metropolitano do Recife. Recife, NUGEPP, 2007

Observou-se também, através das análises da referida pesquisa, os Efeitos da Lei dos 12 Bairros como a Redução da Média do nº. de Projetos Aprovados nos Bairros da

ARUR e Deslocamento para outros bairros a exemplo de Casa Amarela e ainda, o Aumento da Média do nº. de Projetos Aprovados Deslocamento do Mercado Imobiliário para Outros Bairros, conforme demonstram as tabelas a seguir:

**Tabela 4: Redução da Média do nº. de Projetos Aprovados**

Bairros	2001/05	1996/00	1980/1995	Total
Casa Forte	43	58	57	158
Casa Amarela	59	40	66	165
Monteiro	9	16	8	33
Apipucos	1	1	3	5
Parnamerim	37	48	76	161
Tamareneira	25	32	62	119
Santana	6	4	6	16
Freguesia do Poço	9	45	1	55
Subtotal	189	244	279	712
Média Anual	38	49	19	> <

Fonte: Leal, Suely. Pesquisa Produção Imobiliária no Processo de Organização do Espaço Metropolitano do Recife. Recife, NUGEPP, 2007

**Tabela 5: o Aumento da média do nº. de projetos aprovados e deslocamento do mercado imobiliário para outros bairros**

Bairros	2001/05	1996/00	1980/1995	Total
Casa Forte	43	58	57	158
Casa Amarela	59	40	66	165
Monteiro	9	16	8	33
Apipucos	1	1	3	5
Parnamerim	37	48	76	161
Tamareneira	25	32	62	119
Santana	6	4	6	16
Freguesia do Poço	9	45	1	55
Subtotal	189	244	279	712
Média Anual	38	49	19	> <

Fonte: Leal, Suely. Pesquisa Produção Imobiliária no Processo de Organização do Espaço Metropolitano do Recife. Recife, NUGEPP, 2007

Outro movimento do mercado imobiliário refere-se à perspectiva de novos lucros por meio de investimentos em terras para construção de espaços empresariais ou residenciais induz à competição por novas áreas para especulação. Lastreado por fortes ações de *marketing* institucional o capital imobiliário constrói legitimidade por meio de propagandas e

manipulação publicitária. Essas ações podem distorcer a lógica social, que deve conduzir o desenvolvimento das cidades para uma perspectiva utilitária.

Percebe-se também que nas cidades em que o valor da terra se mostrou excessivamente alto, as incorporadoras implementaram a verticalização, buscando melhores ganhos de escala em seus empreendimentos, independentemente dos seus efeitos nocivos para infra-estrutura urbana de determinadas localidades, caso específico da cidade do Recife. Na medida em que os interesses se atomizam e o consenso torna-se difícil, abrem-se espaços para o uso do ferramental clientelista, ainda fortemente presente na cultura política nacional. Embora os instrumentos clientelistas tenham sua eficácia comprovada no âmbito das decisões políticas, essas ações gozam de pouca legitimidade junto à população. De alguma maneira, o capital imobiliário passou a se preocupar com a questão da legitimação social de suas ações e buscou criar mecanismos para sedimentação dos valores relevantes para o mercado no seio da sociedade. Nessa perspectiva, a noção de provocar deliberadamente a criação de valores com intuito manipular um contexto social específico coaduna com a visão de Bourdieu de Poder Simbólico. Um poder silencioso que se faz realizar sem se fazer aparecer.

As formas de realização dos interesses privados e as interveniências desses nos processos de gestão pública se dão de diversas formas, algumas vezes mais explícitas, outras mais sutis. Essas ações são contextuais e podem mudar conforme a situação vigente. A capacidade de adaptação do capital imobiliário é enorme e isso o torna forte. Esse aspecto mutante do capital imobiliário também configura uma justificativa importante para um estudo em profundidade, que procure compreender suas estratégias e formas de atuação para obtenção de maiores espaços no contexto decisório dos governos.

### **Construindo Valores Sociais**

A urbanização no Brasil segue padrões próprios, que envolvem a participação de diversos atores que, dependendo do momento tiveram uma maior ou menor influência no direcionamento das políticas públicas. A apropriação dos espaços urbanos nas metrópoles brasileiras se dá no contexto do jogo de interesses dos atores envolvidos no fenômeno, como o Estado e capital imobiliário. O grau de influência desses atores está vinculado à sua capacidade de organização e articulação no âmbito econômico e também no campo simbólico. O escopo de análise desse artigo privilegiará a perspectiva simbólica, sem, no entanto, desconsiderar a capacidade explicativa das variáveis econômicas. O poder simbólico de Bourdieu constituir-se-á como fio condutor dos argumentos apresentados nesse artigo.

Bourdieu (1989) traz a idéia de poder como um jogo de símbolos que são controlados pelos que detêm o capital social. O capital consiste nos meios pelos quais os

símbolos são constituídos e passados adiante, constituindo o que o autor denomina *habitus*. Ele apresenta o poder simbólico como aquele poder invisível, que “só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que ele existe, ou dos que o exercem” (p.8). Portanto a não-ação é também um mecanismo de poder.

Bourdieu (1989) apresenta duas sínteses como pressupostos fundamentais de seu conceito:

1. Os sistemas simbólicos são **estruturantes** e só podem sê-lo **por serem estruturados**. Nesta primeira síntese ressalta-se o fato de o poder simbólico ser um poder de construção da realidade que tende a estabelecer uma ordem, um sentido imediato de mundo, uma “ordem gnosiológica” (Bourdieu, 1989, p.9).
2. As produções simbólicas como instrumentos de dominação. Para o autor as produções simbólicas representam os interesses de um grupo dominante no sentido de inculcar um sistema de valores que passa a ser socialmente legitimado através de processos ideológicos. Neste sentido, a ideologia dominante é proporcional à capacidade do agente dominante impor a sua definição de mundo social.

O autor, posteriormente apresenta o conceito de homologia, como um processo através do qual o campo de produção ideológica se transfere para o campo das classes sociais, de forma irreconhecível, invisível, através da estruturação simbólica como processo legitimador (Bourdieu, 1989). Há, assim, lutas para o monopólio da produção ideológica legítima, segundo os interesses dos agentes sociais envolvidos. Assim tenta-se “impor a apreensão da ordem estabelecida como natural (ortodoxia) por meio da imposição mascarada (eufemizada) de sistemas de classificação e de estruturas mentais objetivamente ajustadas às estruturas sociais” (Bourdieu, 1989, p.14). Portanto, o poder simbólico é ignorado como arbitrário e legitimado no campo social e por isso produz seus efeitos sem um dispêndio aparente de energia.

Em termos analíticos, o campo define-se,

[...] “como uma rede ou uma configuração de relações objetivas entre posições. Estas posições são definidas objetivamente nas suas existências e nas determinações impostas aos seus ocupantes, agentes ou instituições, pelas suas situações presentes e potenciais (*situs*) na estrutura de distribuição de espécies de poder (ou capital), cujas posições de comando acessam lucros específicos do campo, assim como pelas suas relações objetivas com outras posições (dominação, subordinação e homologia)” (Bourdieu, 1992, p.97).

Três elementos são identificadores desta definição: suas existências e as determinações impostas a seus ocupantes (agentes ou instituições), suas situações presentes e potenciais na estrutura de distribuição de capital social e as relações objetivas entre as posições. A existência e as determinações impostas aos ocupantes referem-se ao

fato dos ocupantes participarem do jogo político e estarem dispostos a aceitar as regras subjacentes, ressalte-se o fato dos jogadores poderem ser agentes individuais ou instituições. O segundo elemento refere-se ao fato dos jogadores controlarem determinados tipos de capital social, que podem ser modificados em importância como fator determinante do jogo, percebe-se a idéia de mudança como implícita nas relações intra-campo. Relações estas que representam o terceiro elemento da definição. As relações são as formas pelos quais os atores mudam suas posições dentro do campo, identificando capitais sociais que abrangem o maior número possível de campos políticos. Um capital social que perpassa vários campos tem uma importância determinante na obtenção de poder.

Segundo Bourdieu (1992) as sociedades variam quanto ao grau de diferenciação social, ou seja, o número de micro-cosmos relativamente autônomos existentes. Estes micro-cosmos são “espaços de relações objetivas que são o lugar de uma lógica e uma necessidade específicas e irreduzíveis em relação às que regulam outros campos” (Bourdieu, 1992, p.98). Se existem diversos campos dentro do espaço social, há espécies diferentes de capital social para cada campo específico e também interseções destes capitais dentro de conjuntos destes campos. Na determinação dos limites do campo, dentro de um trabalho empírico, segundo Bourdieu (1992), é necessário determinar quais espécies de capital são ativos nele. É o “padrão de relações de força entre os jogadores que define a estrutura do próprio campo” (Bourdieu, 1992, p.99).

O conceito de *habitus*, que perpassa toda a obra do autor e é um elemento fundamental na construção de seus argumentos, refere-se à capacidade criativa dos agentes sociais, o que difere da abordagem institucional, ao mesmo tempo em que acredita ser esta capacidade contextual e sujeita aos processos sociais. O *habitus* científico “é uma espécie de sentido do jogo que não tem necessidade de raciocinar para se situar e se orientar de maneira racional num espaço” (Bourdieu, 1989, p.62) através deste conceito o autor chegou à idéia de agente socialmente construído e, por isso, pertencente à lógica vigente em sua realidade. Ao mesmo tempo este agente é capaz de interpretar a realidade e o fazer de forma criativa. Para Bourdieu (1992, p.98), “um campo não é produto de uma ação deliberada de criação, ele segue regras, ou regularidades, que não são explicitadas ou codificadas”.

Para Bourdieu (1989) o conceito de *habitus*, refere-se ao conjunto de “ferramentas” simbólicas adquiridas pelos jogadores dentro do campo político. O campo político é formado pelo conjunto de forças que disputam o capital social através da manipulação simbólica da vida social. Desta forma, o controle dos significados sociais seria a principal fonte de poder dentro do campo. Estas disputas se apresentam dentro de uma dualidade (campo real x campo intelectual). Por um lado os conceitos são gerados por um determinado grupo dominante dentro de um determinado campo intelectual, representado pelo autor pelos

profissionais, indivíduos conhecedores das regras do jogo político e detentores do *habitus* necessário à participação no jogo. Por outro lado, as disputas ocorridas no campo dependem do nível em que os discursos políticos obtêm adesão por parte dos “leigos”, ou seja, aqueles indivíduos ou instituições que estão fora do campo profissional, mas que formam o capital social necessário para legitimar os conceitos vigentes na vida social.

Os campos políticos são os locais de disputa do capital social através da tentativa de impor o *habitus* de um determinado grupo ao espaço social maior. Assim, não há um espaço delimitado e específico para o campo político, este perpassa todas as atividades da vida social, inclusive as de gerência. Portanto, o espaço social é composto por um conjunto de campos políticos, ou campos de luta onde ocorrem as disputas pela hegemonia do espaço social (ver figura 1).

A figura 1 é uma tentativa de representação gráfica do espaço social apresentado por Bourdieu (1989) e seu sentido é menos de uma precisão absoluta da representação e mais uma forma mais didática de entendimento do fenômeno social que possibilitará uma visualização mais simples no momento de sua aplicação para o caso específico do mercado imobiliário.

Os campos políticos, portanto não são homogêneos nem possuem delimitações de ordem geográfica ou de tipologias organizacionais que estão sob sua área de alcance. Alguns campos de poder, como o campo profissional, por exemplo, transpassam todo o espaço social de forma direta, através de regras escritas, ou indireta, pelo controle do *habitus*.

O espaço social é constituído de campos de poder que jogam com o objetivo de ter a prioridade no estabelecimento dos valores vigentes na sociedade. As organizações inserem-se dentro deste espaço social e são afetadas de alguma forma por estes campos políticos, que impõem valores, mitos e regras que vão constituir o *habitus* de um campo organizacional.

A estrutura de poder, portanto, de alguma maneira determina os valores e crenças compartilhados no campo organizacional, assim, faz-se necessário que se compreendam os atores sociais envolvidos, seus objetivos e pressupostos ideológicos, bem como sua atuação ao longo do processo de constituição do campo. É nesse contexto que o capital imobiliário é posto, dentro de um jogo de poder onde o elemento central da disputa é a legitimação de valores que constituirão o novo *habitus* social vigente no campo da produção imobiliária na cidade. A constituição do *habitus* configura-se como uma estratégia simbólica de posicionamento das organizações dentro de um dado contexto. A estratégia simbólica fundamenta as estratégias econômicas e técnicas que possibilitam o sucesso da organização no campo de atuação delimitado pelo *habitus*.

## **A Consolidação dos Valores do Capital Imobiliário**

A saída do Estado, ou sua omissão em relação a um maior aprofundamento das necessidades sociais reais associadas às intervenções urbanas vem em conjunto com a ascensão do capital imobiliário como principal agente interventor dos espaços urbanos, delineando-o de acordo com as necessidades dos “clientes”. Um caso que pode lustrar essa interferência do capital imobiliário foram os conflitos de governança que ocorreram em 2003 no Recife, quando, do encaminhamento para aprovação pela Câmara de Vereadores do Plano Diretor. Com o processo de discussão ocorrido através da 1ª Conferência do Plano Diretor do Recife, que contou com a participação dos atores sociais que representavam os interesses da cidade ficou estabelecida a proibição da construção de edificações acima de um determinado limite de andares em bairros com excessiva densidade populacional como Boa Viagem e Casa Forte. A Associação das Empresas do Mercado Imobiliário de Pernambuco (ADEMI-PE) lançou a Campanha dos Prédios Altos. De acordo com reportagem do Diário de Pernambuco de 12 de setembro de 2003, foram gastos R\$ 200 mil (duzentos mil reais) na campanha, que, segundo a reportagem, visava incentivar os compradores a desejarem os prédios altos na medida em que eles já são parte da paisagem da cidade, um símbolo de imponência e um orgulho para os pernambucanos.

Percebe-se um apelo para o campo das simbologias, ao dizer que as edificações representam parte da própria cultura da cidade. Sabe-se, no entanto que a altura dos prédios está associada a um componente econômico-financeiro, o ganho de escala, o aproveitamento maior de terreno, o aumento da lucratividade dos empreendimentos, sobretudo, nos locais onde os terrenos já são escassos. Percebe-se aí uma estratégia simbólica de constituição de *habitus*. Uma ação invisível, que cria mecanismos de pressão que vêm da sociedade para o Estado. O Estado se vê agora diante da opinião pública que passa a cobrar dele responsabilidade ao lidar com a questão imobiliária. A responsabilidade é justamente não se intrometer nas ações do Capital Imobiliário, esse sim, gera empregos e embeleza a cidade (ver Figura 2).

**Figura 2 – Campanha dos prédios altos da ADEMI-PE**



Fonte: Loureiro e Amorim (2005)

Um dos requisitos para a constituição de valores no âmbito social é a geração de um meta-discurso de caráter amplo, que possa conter interesses diversos, mas sinérgicos, capazes de constituir um sentido para os atores interessados. No caso do capital imobiliário, a ADEMI configura-se em uma organização aglutinadora dos interesses do capital imobiliário local e como gerador de discursos constituídos de valores expressamente convenientes para o setor que ela representa..

Loureiro e Amorim (2005) abordam a questão dos programas arquitetônicos dos novos prédios da cidade e apresentam alguns aspectos interessantes que são reproduzidos a seguir:

**“Da altura do edifício: “prédios altos - porque o Recife pensa grande...”**

1. “Na campanha, cujo slogan é “Existe algo maior que os prédios altos do Recife...”, três apelos incitam os espectadores, ou leitores dos principais jornais da cidade, a associar tais vilões a questões nobres, sem dúvida, socialmente relevantes. **No primeiro anúncio, algo maior que os prédios altos são questões sociais associadas ao desemprego – a criação de empregos diretos e indiretos – os primeiros, segundo as peças promocionais equivalentes a 30000, acrescidos de 150 mil empregos indiretos –, e ainda a formação da mão de obra e assistência à saúde do trabalhador, e inclusão social seriam vantagens advindas da construção de prédios altos”.**
2. “Na segunda peça promocional, o tema explorado foi a preservação do verde e, por consequência, da qualidade de vida na cidade – segundo os promotores, o prédio alto ocupa uma parcela menor do terreno do que ocupariam os prédios baixos, o que **garantiria a preservação do verde e a circulação de ar.** Assim, segundo as peças promocionais, os prédios altos não só ajudariam a preservar o verde, mas até mesmo criá-lo, bem como favoreceriam a drenagem de águas pluviais. Este seria um outro

valor acrescido pelo prédio alto, que é, na campanha, associado ao edifício Caetés, de tradição moderna, construído na década de 50 do século passado, com cerca de 20 pavimentos.

3. “Por fim, a terceira peça apelava para **o orgulho da população, sentimento tão caro ao nordestino, sobretudo ao povo do Recife, cidade onde dois rios ‘... se juntam para formar o Oceano Atlântico ...’** (10) O orgulho de que fala a propaganda da ADEMI-PE é de uma arquitetura e uma engenharia de qualidade, sempre associada à ousadia de construir alto. Esta competência seria, ainda, de longa tradição na cidade e teria como ícone a Torre Malakoff, no século 19 o edifício mais alto da cidade. Assim, de uma só tacada, invocava-se o sentimento de auto-estima e amor-próprio e a tradição e gosto pelo passado, tão em voga”.

No trecho 3, Loureiro e Amorim (2005) ilustram o argumento de que há uma estratégia implícita, sutil, silenciosa que procura constituir um *habitus*, um conjunto de valores sociais que dêem suporte às ações do capital imobiliário. O apelo às questões sociais denota uma tentativa de demonstrar que os interesses das construtoras são imbuídos de um caráter social. Tenta-se vincular a ação empresarial à responsabilidade social, então na verdade a atuação das construtoras é intrinsecamente vinculada ao contexto social. Parece existir um elo, uma estreita combinação de interesses entre a sociedade e o capital imobiliário.

No trecho 4, mais um forte apelo social é invocado, a preservação ambiental é agora o outro foco de interesse do empresariado imobiliário local. A afirmativa da campanha invoca um pleito mundial referente às questões ambientais de preservação da água e das áreas verdes da cidade, além da possibilidade de manutenção de espaços de circulação de ar para a cidade. Esses aspectos são destacados em material promocional da campanha, conforme a Figura 3 apresenta.

**Figura 3: Campanha dos Prédios Altos da ADEMI-PE**



Fonte: Loureiro e Amorim (2005).

No trecho 5, a ADEMI-PE se volta para o conceito de cidade. O Recife não é mais o das pontes ou dos rios, mas sim o Recife dos Arranha-Céus, do progresso. O trecho invoca o orgulho que o recifense deve ter de seus prédios, símbolos da grandeza do povo pernambucano, de um povo que pensa grande. Não somente pensa como faz.

**Figura 3: Campanha dos prédios altos da ADEMI-PE**



Fonte: Loureiro e Amorim (2005).

As proposições acima procuram construir as imagens representadas na campanha, imagens essas que constituem uma forma de ver a cidade, mais do que isso, uma forma de

ver os prédios altos na cidade. Essas proposições bem que poderiam ser consideradas como ações ou estratégias de construção de *habitus* e conseqüentemente de estabelecer uma posição de poder ante o Estado, que não vai querer contrariar a vontade do povo de ter seus prédios altos na cidade. Esse instrumento se constitui em um fator de legitimação da visão de mundo que convém ao setor imobiliário.

## **Considerações Finais**

Esse artigo teve como objetivo fazer uma reflexão acerca da campanha dos prédios altos realizada pela ADEMI-PE à luz dos conceitos de *habitus* e campo social e campo de poder de Bourdieu.

Inicialmente, os autores buscaram trazer a temática para o campo teórico enfocando os movimentos do capital imobiliário numa perspectiva de jogo de poder onde os conflitos de interesses se estabelecem e se resolvem nos fóruns de discussão política convencionais, mas também no que Bourdieu denomina campo político, onde são realizadas estratégias para construção de uma simbologia junto à sociedade em geral e ao mercado consumidor.

Na medida em que a idéia de ocupar os prédios altos se torna legítima para o mercado consumidor e aprazível para aqueles que não moram, mas contemplam os prédios altos, este tipo de construção se legitima e ganha força nos fóruns convencionais. Cria-se um mecanismo de pressão que agora é da própria sociedade, agora a ação das construtoras perde o caráter de uma atividade meramente econômica, que visa maximização de riqueza de um grupo econômico e passa ter um caráter social e cultural. O discurso ganha força na medida em que a causa das construtoras é também a causa da própria sociedade, que também quer emprego, preservação ambiental e preservação da identidade da cidade, da sua cultura, representada pela imagem dos grandes edifícios da cidade.

Essa reflexão não tem a pretensão de afirmar que as estratégias simbólicas se sobreponham às econômicas, mas defende que elas são parte de uma ação deliberada e que essa ação defende claramente os interesses de um grupo econômico e torna essa defesa algo mais sutil na medida em que cria imagens e valores que compatibilizam a ação empresarial e os desejos e anseios da sociedade.

## Bibliografia

BOURDIEU, Pierre e WACQUANT, Loïc. **An invitation to a reflexive sociology**. Chicago: The University of Chicago Press, 1992.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2000. 5ª edição.

\_\_\_\_\_. **The field of cultural production**. London: Columbia University Press, 1993.

\_\_\_\_\_. **O Poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

CLEGG, S. Pães Franceses, modas italianas e empreendimentos asiáticos. In: OLIVEIRA, Lúcia B. de e VIEIRA, M. M. F. **Administração contemporânea**. São Paulo, Atlas, 1999.

GOTTDIENER, Mark. O setor imobiliário e o planejamento urbano: controle, gestão ou desregulação. **Revista Polis**, N.27, 1996.

KALBERG, S. **Max Weber's Types of Rationality: Cornerstones for the Analysis of Rationalization Processes in History**, American Journal of Sociology. (1980) Vol. 16 No. 3, 1145-1179.

LEAL, Suely. M. Ribeiro. **Pesquisa Produção Imobiliária no Processo de Organização do Espaço Metropolitano do Recife**. Recife, NUGEPP, 2007

\_\_\_\_\_. **Empresarialismo Competitivo e Produção Imobiliária no Processo de Organização do Espaço Metropolitano do Recife, Recife**, NUGEP.2007. (no prelo).

\_\_\_\_\_. **“Fetichismo” da Participação Popular: novas práticas de planejamento, gestão e governança democrática no Recife-Brasil**. Recife, Companhia Editora de Pernambuco - CEPE, 2004, pp.351

\_\_\_\_\_. La Participation contre la “ville a vendre”. **Territoires**. Paris/France, v.416, n.março, 2001, pp.16 - 19.

LOUREIRO, C. e AMORIM, L. **Dize-me teu nome, tua altura e onde moras e te direi quem és: estratégias de marketing e a criação da casa ideal**. Arqutextos, Março de 2005 (Publicação Eletrônica). <http://www.vitruvius.com.br/arqutextos/arc000/esp286.asp>. Acessado em 20 de Setembro de 2007.

MISOKZKY, Maria Ceci. Campo de poder e ação em Bourdieu: implicações de seu uso em estudos organizacionais. Campinas: **Anais do XXV ENANPAD**, 2001.

RIBEIRO, Luiz César de Queiroz (coord.). **Projeto Milênio, Observatório das Metrôpoles: território, coesão social e governança democrática** (Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre, Salvador, Recife, Fortaleza, Belém, Natal, Goiânia e Maringá). IPPUR/UFRJ, 2005.

Sousa, . Do mocambo à favela. João Pessoa: Editora da UFPB, 2004.

VIEIRA, Marcelo Milano Falcão e LEÃO JÚNIOR, Fernando Pontual de Souza. Jogos de Poder: Mudança e institucionalização no Museu de Arte Moderna do Recife. Foz do Iguaçu: **Anais do ENANPAD, 1999.**