



**JOSENILDE CIDREIRA VIEIRA**

**O CONDOMÍNIO FAROL DA ILHA COMO NOVA EXPRESSÃO DE REPRODUÇÃO  
DO ESPAÇO URBANO EM SÃO LUÍS (MA)**

Dissertação apresentada ao Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioespacial e Regional da Universidade Estadual do Maranhão (UEMA), sob a orientação do Prof. Dr. Antonio José de Araújo Ferreira, como pré-requisito para a obtenção do título de Mestra.

Área de concentração: Desenvolvimento e Diversidade Regional.

Linha de pesquisa: Região, Territorialidades e Movimentos Sociais.

São Luís

2013

Vieira, Josenilde Cidreira.

O condomínio Farol da Ilha como nova expressão de reprodução do espaço urbano de São Luís / São Luís, 2013.

130 f.

Orientador: Prof. Dr. Antonio José de Araújo Ferreira.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual do Maranhão, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioespacial e Regional.

1. Produção do espaço urbano. 2. Valor de uso. 3. Valor de troca. 4. Ponta d'Áreia. 5. Condomínio Farol da Ilha. I. Título.

CDU 711.6:330.322(812.1)

**JOSENILDE CIDREIRA VIEIRA**

**O CONDOMÍNIO FAROL DA ILHA COMO NOVA EXPRESSÃO DE REPRODUÇÃO  
DO ESPAÇO URBANO EM SÃO LUÍS (MA)**

Dissertação apresentada ao Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioespacial e Regional da Universidade Estadual do Maranhão (UEMA), sob a orientação da Prof. Dr. Antonio José de Araújo Ferreira, como pré-requisito para a obtenção do título de Mestra.

Aprovada em:     de     de 2013.

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Prof. Dr. Antonio José de Araújo Ferreira (Orientador)**  
Universidade Federal do Maranhão

---

**Prof. Dr. Carlos Frederico Lago Burnett**  
Universidade Estadual do Maranhão

---

**Prof. Dr. Joarez Soares Diniz**  
Universidade Federal do Maranhão

A Deus fonte infinita de toda a sabedoria.

A João Luís Cidreira Dorneles de Moraes,  
motivo desta superação, para que ele, sendo  
meu filho, nunca desista de seus sonhos.

## AGRADECIMENTOS

Escrevi esta dissertação num momento muito difícil de minha vida e descobri que, apesar de colocarmos, naquilo que fazemos, as marcas de nossa individualidade, não se escreve um texto desta natureza sozinho. De fato, como reflete Ana Fani Carlos na introdução da obra “A reprodução do espaço urbano”, um texto é o produto de um processo acumulativo que transcende o plano do indivíduo. Do ponto de vista da textualidade, esse foi meu grande aprendizado nos dois anos deste mestrado multidisciplinar que se encerram agora. Por isso, posso afirmar que a realização desta dissertação só foi possível graças à compreensão e colaboração de pessoas muito especiais, com as quais pude contar e que agora, busco agradecer.

Ao meu mestre de Yoga, Arturo Alejandro, por dividir comigo as orientações espirituais da Vedanta que me fizeram encontrar este caminho de realização pessoal e profissional, mas principalmente por me ensinar a difícil tarefa de meditar e atravessar meus desertos com a mente vazia, como testemunha, apenas.

A meus professores, a todos eles, desde a primeira, “Diquinha”, aos mestres das Letras, com quem tanto aprendi/aprendo ou aos atuais doutores do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioespacial e Regional da UEMA, do qual este mestrado faz parte.

Dedico agradecimento especial ao Professor Doutor Antonio José de Araújo Ferreira, por sua orientação, por sua imensa capacidade de ministrar conteúdos tão difíceis, de uma maneira tão clara, por me apresentar sua produção (até então desconhecida) e se dispor a me ajudar a encontrar o caminho do texto, a direção da pesquisa. Também por sua sapiência e igual humildade, que o fazem único... E gigante entre os grandes. Com você, professor Antonio José, aprendi a olhar a Geografia como, talvez, Milton Santos olhou um dia e a ver poesia na “geografia de tudo isso” que foi sua contribuição.

Agradeço e ressalto aqui minha admiração pelo trabalho do Professor Doutor Carlos Frederico Lago Burnett, grande inspiração nesta trajetória acadêmica. Seus textos, professor Fred, foram o alpha e nortearam, muitas vezes, minha ingênua pretensão de chegar ao ômega no estudo de desenvolvimento e habitação.

Ao professor Juarez Soares Diniz, cujas considerações tão pertinentes no Exame de Qualificação me fizeram retroceder, recomeçar... Professor, muito obrigada por sua generosidade, por sua pontualidade (no sentido reto de pontuar algo, como se usa lá nas Letras), obrigada pelo professor no Doutor que há no seu ser... Eu nunca mais esquecerei que no meu caminho tinha um Juarez (que me ajudou a carregar pedras nada literárias de uma dissertação de mestrado), que tinha um Juarez no meio de meu caminho... Parafraseando o poeta mineiro.

Também, de forma especial, agradeço à então Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioespacial e Regional, Profa. Dra. Zulene Muniz Barbosa, pelo acolhimento e pela humildade.

A todos os amigos da turma de 2011 do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioespacial e Regional, com quem dividi “as dores e as delícias” de ser uma mestranda, adjetivo que ainda nem aprendi a usar, dadas as dificuldades por que passei no decorrer deste Curso. Em especial, agradeço a Hélio Trindade de Matos e Karênina Fonseca, pelo apoio e companheirismo em momentos difíceis de minha trajetória pessoal, também de forma particular, a Carlos Wellington, que sempre nos atendeu a todos com seu profissionalismo, presteza e igual amizade.

Ao amigo Hildeci Cavalcante, *in memoriam*, pela alegria que nos contagiava a todos.

Às funcionárias do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioespacial e Regional: Maria Gracimila e Elizete, pelo apoio, presteza e colaboração constantes.

À Coordenadoria de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pela concessão da bolsa de estudo que viabilizou os custos de toda a pesquisa.

À incorporadora Cyrela, em especial aos gestores da NBR e à gerente concierge da Facilitie Home, hoje terceirizada, para a empresa local Class, pela atenção e gentileza em ceder dados e conceder entrevistas que compuseram a pesquisa e o corpo do texto.

Às imobiliárias Cyrela e Cyrela e Cia, com a colaboração de gestores da Ronierd Barros Consultoria Imobiliária, das imobiliárias Pereira Feitosa e Francisco Rocha. Ainda, à construtora Franere, que iniciou o processo de verticalização da Ponta d’Areia e que também disponibilizou dados.

Ao SINDUSCON-MA, que permitiu acesso à pesquisa do IVV, do CUB e à Sondagem das Indústrias da Construção Civil no Maranhão.

A Marlúcia Maralrado (Ronierd Barros), pelo fornecimento de dados de vendas durante todo o tempo da pesquisa.

A Fátima Santos, Lislei Luz e Janaína Barros, pelo apoio na normalização e digitação de partes deste trabalho.

Ao grande amigo, professor da UFMA e doutorando em Gestão Urbana, Saulo Ribeiro dos Santos, com quem eu ainda hei de trabalhar e aprender muito mais, por suas intervenções todas, por sua generosidade e também pelo exemplo de determinação, de enfrentamento da vida e de dedicação aos estudos, que é.

A Thiago Ribeiro dos Santos, que corrigiu a tradução do resumo e sempre me contagiou com palavras de incentivo e apoio.

A Naiana dos Santos Silva (Nana), Fátima Corrêa Chaves (Dona Fátima) e Ruberlândia Pinheiro (Rubeca), cada uma a seu tempo, porque trabalharam comigo e assumiram responsabilidades domésticas que permitiram que eu cumprisse os créditos do mestrado e concluísse esta dissertação.

À amiga Lucília Maria Bonfim, que abriu sua casa e acolheu meu filho inúmeras vezes, com carinho, paciência e generosidade, que muitas vezes brincou com ele para que eu pudesse estudar. Lulu, na impossibilidade momentânea de ter um coração tão grande como o seu onde oferecer-ti uma casa tão acolhedora como a sua, aceite meu muito obrigada.

Às minhas primas Madalena Vieira e Lúcia Dias, amigas de fé e muitas vezes, mães para João. Recebi cada ajuda de vocês, cada acolhimento dado a meu filho como um carinho no lugar mais profundo de minha alma.

A Clara Pinto, uma das pessoas mais belas e inteligentes com quem tenho a felicidade de conviver, pela amizade, pelo bom humor, pelos cafés que me salvaram da clausura intelectual, desde o início, quando eu, escondida na biblioteca da Universidade Ceuma, ainda me preparava para fazer a seleção deste mestrado, também pelas palavras amenas tão contrastantes com sua personalidade forte, mas tão necessárias aos meus ouvidos.

A você, Clarinha, com quem muito tenho aprendido sobre Deus e sobre o homem, em conversas intermináveis e pouco tenho ensinado, meu muito obrigada. Além disso, te agradeço por seres muito mais que amiga, por seres minha irmã e por seres a tia Clara, tão importante na vida de João.



A meu irmão, José Sebastião Cidreira Viana, que me ensinou as primeiras letras, presenteou meu primeiro livro, me ensinou a ler e a contar... E cujo exemplo me aguçou a curiosidade de conhecer. Mano, hoje eu sei que “o caminho do conhecimento é fascinante, mas igualmente árido e penoso, algo que não se pode prever num todo”, como escreveu Ana Fani e que se corre sempre o risco de não voltar mais a ser como antes.

A meus pais, José Ribamar Vieira e Marli Cidreira Vieira, pelo conjunto da obra, por terem me ensinado a lutar e pelo que desejo, pelo amor, pelo cuidado comigo, pela preocupação com meu bem estar neste, que é um momento ainda tão instável... E pelo apoio acolhedor dado a João durante minhas ausências.

Ao meu filho, João Luís, a quem sou muito grata por existir e colorir meus dias com sua infância, seu afeto, suas declarações de amor, seu sorriso, enfim, com sua alegria, que é a manifestação mais pura de amor à vida... Também por me fazer brincar todos os dias, mas também, por aceitar e perdoar minhas necessidades de estudo, de recolhimento. Com você, “luz do Sol”, tenho mais aprendido que ensinado e tenho comprovado a veracidade da máxima machadiana, de que “o menino é pai do homem”.

A Jesus Guanaré de Sousa Borges, que nas horas extremas esqueceu-se de que é lacônico e foi muito mais que o homem apaixonante que é, secando meus prantos, ainda que por celular, lembrando-me de minha capacidade de me refazer, de não desistir, da necessidade de continuar... Que ignorou minha autoridade profissional e utilizou-se do *status* da sua própria, para muitas vezes me inquirir sobre o estudo, julgar minha produção, quando era pequena, que me presenteou livros, dividiu inúmeros cafés com letras e afeto, que discutiu sempre e inteligentemente sobre os problemas da falta de planejamento urbano desta cidade, que me emprestou seu modem *ad aeternum*, fazendo com que eu continuasse VIVA, digo, conectada, que me fez “morder novamente a maçã” e permanecer na pesquisa com alta tecnologia...

E que acreditou neste projeto, que esteve/está presente, que cuidou/cuida; que compreendeu a mestrandia retirando-se para escrever, sem jamais criticar a ausência da mãe... E sancionou minha decisão de “sair da cidade”, aliviando todas as angústias de meu coração. Obrigada por tudo e em especial pela sentença: - se você se determinou a isso, tem que concluir.

A ti, Jesus Guanaré, esses dois parágrafos são muito pequenos, pois neles não cabem meu coração. E creia, como disse Drummond: “meu coração não é muito maior que o mundo, ele é muito menor”.

A meus mentores, Prof. Dr. Protásio César dos Santos e a mestra em processo, Profa. Maria de Fátima Ribeiro dos Santos, verdadeiros pais intelectuais, por me adotaram intelectualmente durante este Mestrado, pela credibilidade em minha capacidade intelectual, pela orientação, pela presença constante, pelo carinho com João, pelos almoços regados sempre de muita sabedoria... Que felicidade, tê-los como amigos!

Para encerrar, a última contribuição recebida por esta dissertação, acreditem, teve caráter fabuloso, tratou-se do pequeno príncipe voltando ao B612, onde deixará uma flor... Acreditem, eu como autora, vos peço, porque “o essencial é invisível aos olhos” e fez como um milagre, a apresentação deste trabalho acontecer.

Com receio de ser injusta e esquecer de alguém, agradeço a todos aqueles que estiveram presentes neste momento tão importante de minha vida e que de alguma forma contribuíram para que este trabalho fosse concluído.

*“Fora do espaço não há realização, o espaço sendo produzido por um conjunto particular de processos materiais e de processos de significação.”*

*Milton Santos*

## RESUMO

Analisa de que forma o condomínio Farol da Ilha torna-se condição e uma nova expressão da reprodução do capital em São Luís (MA). Demonstra como a Ponta D'areia passou de espaço opaco a um espaço luminoso. Identifica o padrão do empreendimento imobiliário Farol da Ilha, frente à produção do espaço urbano da Ponta d'Areia em São Luís (MA) relacionando-o com o poder simbólico, com a fetichização e a ideologia do discurso midiático que oferece a mercadoria Farol da Ilha, para então, discutir os resultados empíricos da pesquisa através da relação entre valor de uso e valor de troca da mercadoria Imobiliária. Os procedimentos metodológicos foram aplicados mediante o método crítico-dialético, usando-se abordagem quali e quantitativa. Procedeu-se com as tipologias da pesquisa: exploratória, descritiva, bibliográfica, documental e de campo. Os instrumentos de pesquisa foram o questionário e a entrevista semi-estruturada, aplicada junto aos gestores da Cyrela, das imobiliárias envolvidas no processo de comercialização do produto Farol da Ilha: Cyrela; Francisco Rocha; Pereira Feitosa e Ronierd Barros, com a finalidade de descobrir o valor de troca do produto no mercado, sua relação com o espaço produzido pelo capital e conseqüentemente, com seu valor de uso. Diante do exposto, viu-se que morar no primeiro condomínio *club* com gestão de *concierge* construído em São Luís manifesta um *status* de diferenciação social, um poder simbólico, ao passo que o próprio condomínio constitui-se uma mercadoria fetichizada, amparada pelo novo *modus vivendi* que imprime na cidade. Nesse sentido, justifica-se como expressão do novo. O condomínio Farol da Ilha tornou-se ainda, condição para a reprodução do capital, visto que está situado numa área com forte potencial para receber (e vem recebendo) investimentos em infraestrutura, devido à proximidade do mar e da Laguna da Jansen. O espaço urbano do Farol da Ilha é ainda, político e estratégico. Político, porque em verdade, visa atender os interesses dos agentes produtores desse espaço e estratégico, já que a incorporadora (que detinha o poder sobre a terra) pôde escolher de que forma o capital iria ali se reproduzir: na forma do condomínio Farol da Ilha.

**Palavras-chave:** Produção do espaço urbano. Valor de uso. Valor de troca. Ponta d'Areia. Condomínio Farol da Ilha.

## ABSTRACT

Examines how the Farol da Ilha Condo becomes condition and a new expression of the reproduction of capital in São Luís (MA). Demonstrates how to Ponta d'Areia has space opaque to a bright space. Identifies the standard real estate development of Farol da Ilha Condo, before the production of urban space Ponta d'Areia in São Luís (MA) linking it with symbolic power, with the fetishization of media discourse and ideology that offers merchandise Farol da Ilha to then discuss the empirical results of pesquisa through the relationship between use value and exchange value of the commodity Imobiliária. Methodological procedures were applied by the critical-dialectical method, using qualitative and quantitative approach. Proceeded with the types of research: exploratory, descriptive literature, documentary and field. The research instrument was a questionnaire and semi-structured interview, applied with the managers of Cyrela, the real estate involved in the marketing of the Farol da Ilha product: Cyrela; Francisco Rocha, Pereira Feitosa and Ronierd Barros, in order to find out exchange value of the product in the market, its relationship with the space produced by capital and consequently, its value in use. Given the above, it was seen that the first live club condominium with concierge management built in São Luís shows a status of social differentiation, symbolic power, while the condo itself constitutes a commodity fetishized, supported by the new modus vivendi printing in the city. In this sense, it is justified as an expression of the new. The Farol da Ilha Condo became even condition for the reproduction of capital, since it is situated in an area with strong potential for receiving (and has received) infrastructure investments, due to the proximity of the sea and the Laguna da Jansen. The urban area of Farol da Ilha Condo is also political and strategic. Political, because in fact, aims to serve the interests of the producing agents that space, and strategic, as the developer (who held the power over land) could choose how the capital would reproduce here: in the form of Farol da Ilha Condo.

**Keywords:** Production of urban space. Use value. Exchange value. Ponta d'Areia. Farol da Ilha Condo.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Logomarca da Cyrela Brazil Realty. ....	52
Quadro 1	Serviços Facilities Home .....	55
Quadro 2	Serviços Facilities Office .....	56
Quadro 3	Serviços Facilities Resort .....	57
Quadro 4	Tipos de condomínios fechados em São Luís em 2008 .....	64
Figura 2	Mapa da cidade de São Luís em 1951. ....	68
Figura 3	Vista aérea da Ponta d’Areia na década de 1974 .....	70
Figura 4	Imagem da Laguna da Jansen depois das obras de beneficiamento..	72
Figura 5	Vista aérea da Ponta d’Areia, em 2008.....	73
Figura 6	Mapa de localização do município de São Luís-MA e da Ponta d’Areia .....	77
Figura 7	Imagem do local da construção do condomínio Farol da Ilha, na Avenida dos Holandeses, em 2008.....	78
Figura 8	Imagem do projeto do empreendimento Farol da Ilha São Luís.....	79
Figura 9	Planta do apartamento de 142m <sup>2</sup> . ....	79
Figura 10	Planta do apartamento de 187m <sup>2</sup> . ....	80
Figura 11	Planta do apartamento de 239m <sup>2</sup> . ....	80
Figura 12	Peça publicitária Farol da Ilha .....	85
Figura 13	Encarte publicitário Farol da Ilha .....	88
Figura 14	Texto publicitário do condomínio Farol da Ilha .....	89
Figura 15	Conteúdo das comunicações do condomínio Farol da Ilha .....	90
Gráfico 1	São Luís: número de prédios lançado na cidade, 1975-2005.....	98
Quadro 5	Resumo da oferta de imóveis no período de dezembro de 2008 a fevereiro de 2009 .....	105
Gráfico 2	Crescimento da oferta de condomínios horizontais e verticais em São Luís, de 2005 a 2009.....	107
Quadro 6	Resumo do crescimento de oferta de condomínio horizontais e verticais em São Luís, de 2005 a 2009 .....	107
Quadro 7	Faixa de preço do m <sup>2</sup> de imóveis usados por bairros, no ano de 2013, em São Luís-MA.....	112
Quadro 8	Estudo comparativo do atual mercado imobiliário de São Luís, de junho de 2012 a junho de 2013.....	112

Figura 16 Peça publicitária..... 115

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Acréscimo populacional em São Luís .....	63
Tabela 2	Ofertas totais de imóveis .....	100
Tabela 3	Índice de velocidade de vendas em São Luís, entre 2005 e 2009. ....	101
Tabela 4	Ofertas e vendas por bairros x nº quartos .....	102
Tabela 5	Ofertas - Dezembro/08 .....	103
Tabela 6	Ofertas - Janeiro/09 .....	104
Tabela 7	Ofertas - Fevereiro/09 .....	104
Tabela 8	Condomínios residenciais (casas) ofertas por área útil na cidade de São Luís .....	106
Tabela 9	Condomínios residenciais (casas) vendas por área útil na cidade de São Luís .....	106
Tabela 10	Valor médio do m <sup>2</sup> dos imóveis residenciais em São Luís .....	108
Tabela 11	Vendas totais de imóveis em São Luís, de 2005 a 2009 .....	110



## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ALUMAR	– Consórcio de Alumínio do Maranhão
BNH	– Banco nacional de Habitação
CAEMA	– Companhia de Águas e Esgotos do Maranhão
CAIXA	– Caixa Econômica Federal
CAPES	– Coordenadoria de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
COHAB-MA	– Companhia de Habitação Popular do Maranhão
CRECI-MA	– Conselho Regional dos Corretores de Imóveis do Maranhão
CVRD	– Companhia Vale do Rio Doce
CYRELA	– Cyrela Brazil Reality
FRANERE	– Franere, Comércio, Construções e Imobiliária Ltda.
IVV	– Índice de Velocidade de Vendas
LATESE	– Laboratório de Análise Territorial e Estudos Socioeconômicos
PAR	– Programa de Arrendamento Residencial
PEA	– População Economicamente Ativa
PPDSR	– Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Socioespacial e Regional
SCL	– Wit-Olaf Prochinik Arquitetura e Planejamento
SEMATUR	– Secretaria de Estado do Meio Ambiente
SFH	– Sistema Financeiro da Habitação
SINDIMÓVEIS-MA	– Sindicato dos Corretores de Imóveis do Maranhão
SINDUSCON-MA	– Sindicato das Indústrias da Construção Civil do Maranhão
SURCAP	– Sociedade de Urbanismo e Melhoramentos da Capital
SURPLAN	– Secretaria Municipal de Urbanismo e Planejamento
UEMA	– Universidade Estadual do Maranhão
UFMA	– Universidade Federal do Maranhão
ZEU	– Zona de Expansão Urbana
ZIS-2	– Zona Residencial 2
ZPA-2	– Zona de Proteção Ambiental
ZT-2	– Zona Turística 2

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>18</b>
<b>2</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	<b>27</b>
<b>3</b>	<b>PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO</b> .....	<b>31</b>
<b>3.1</b>	<b>O espaço como objeto político e estratégico</b> .....	<b>31</b>
<b>3.2</b>	<b>O espaço urbano e a produção de mercadorias</b> .....	<b>41</b>
<b>4</b>	<b>OS AGENTES PRODUTORES DO ESPAÇO URBANO RESIDENCIAL VERTICALIZADO</b> .....	<b>47</b>
<b>4.1</b>	<b>As incorporadoras e suas escalas de atuação</b> .....	<b>50</b>
<b>4.2</b>	<b>O grupo Cyrela</b> .....	<b>51</b>
<b>4.3</b>	<b>Os serviços da BRC Facilities</b> .....	<b>54</b>
<b>5</b>	<b>CONDOMÍNIOS FECHADOS: PANORAMA CONCEITUAL E HISTÓRICO</b> .....	<b>59</b>
<b>5.1</b>	<b>Panorama conceitual dos condomínios fechados</b> .....	<b>59</b>
<b>5.2</b>	<b>Panorama histórico dos condomínios fechados em São Luís</b> .....	<b>61</b>
<b>5.3</b>	<b>Tipologia de condomínios fechados em São Luís</b> .....	<b>63</b>
<b>6</b>	<b>HISTÓRIA DA OCUPAÇÃO DA PONTA D'AREIA: DO ESPAÇO OPACO AO ESPAÇO LUMINOSO</b> .....	<b>67</b>
<b>6.1</b>	<b>A Ponta d'Areia antiga: um espaço opaco</b> .....	<b>67</b>
<b>6.2</b>	<b>A Ponta d'Areia atual: um espaço luminoso</b> .....	<b>72</b>
<b>7</b>	<b>O CONDOMÍNIO FAROL DA ILHA COMO NOVA EXPRESSÃO DA PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO EM SÃO LUÍS</b> .....	<b>76</b>
<b>7.1</b>	<b>O padrão do empreendimento Farol da Ilha</b> .....	<b>78</b>
<b>7.2</b>	<b>Análise do discurso da mídia no processo de implantação do empreendimento imobiliário Farol da Ilha</b> .....	<b>82</b>
<b>7.3</b>	<b>Poder simbólico, fetiche, valor de uso e valor de troca do espaço mercadoria no condomínio Farol da Ilha</b> .....	<b>91</b>
<b>7.4</b>	<b>Os resultados da pesquisa: A APLICABILIDADE DO VALOR DE USO E DO VALOR DE TROCA</b> .....	<b>98</b>
<b>8</b>	<b>CONCLUSÃO</b> .....	<b>117</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>121</b>
	<b>APÊNDICES</b> .....	<b>128</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Considerando o conceito de Harvey (2011) para infraestrutura, como o conjunto de elementos que possibilitam a produção de bens e serviços de uma sociedade, a reestruturação da infraestrutura da cidade de São Luís rumo à contemporaneidade, aponta, a partir de 1990, para a introdução e dinâmica de novos modelos habitacionais, em relação aos já existentes e que se expressavam por casas em bairros ou conjuntos habitacionais, sendo que estes remontam à metade do século XX, assim como os prédios residenciais construídos no centro histórico, a exemplo do edifício Caiçara ou mesmo dos prédios da primeira geração, que iniciaram o processo de verticalização do Renascença II, a partir de 1980 (BURNETT, 2012).

Esses novos modelos de moradia surgem na forma de condomínios fechados horizontais, condomínios fechados verticais, condomínios fechados do tipo *club* e mais recentemente, bairros planejados e condomínios verticais *club* com serviços exclusivos de hotelaria, especialmente, na Zona de Expansão Urbana (ZEU) de São Luís, que congrega a atuação do capital imobiliário nessa tipologia arquitetônica contemporânea. Isso, porque:

A criação e recriação de relações de espaços cada vez mais novos para as interações humanas é uma das conquistas mais marcantes do capitalismo. A reorganização drástica da paisagem geográfica da produção, da distribuição e do consumo com as mudanças na relação de espaço não é apenas uma ilustração dramática da tendência do capitalismo para a aniquilação do espaço no decorrer do tempo, mas também implica ataques ferozes de destruição criativa (HARVEY, 2011, p. 155).

Esses produtos arquitetônicos, portanto, são ambíguos, pois ao mesmo tempo que produzem uma atmosfera de modernidade, ampliam a segregação do espaço<sup>1</sup>, enfatizando as contradições entre as formas de se habitar a cidade. Esta, passa a ser compreendida como uma unidade (territorial) na diversidade (interesses diversos de classes díspares), o *locus* da contradição e o espaço urbano passa a ser produzido por meio de lutas entre agentes que produzem esse espaço (CARLOS; SOUZA; SPÓSITO, 2011).

---

<sup>1</sup> A segregação é um processo segundo o qual, diferentes classes ou camadas sociais tendem a se concentrar cada vez mais em diferentes regiões gerais ou conjuntos de bairros da metrópole. A segregação, entretanto, não impede a presença nem o crescimento de outras classes no mesmo espaço (VILLAÇA, 2001).

Ocorre que quando a cidade é vencida pelos interesses imobiliários e utilitaristas, rompe-se com a noção de conjunto/de unidade. Assim, atento à demanda capitalista, o mercado imobiliário passa a explorar o desejo das classes privilegiadas, que almeja ocupar áreas centrais, espaços simbólicos como *status* da diferenciação econômica e passa a oferecer, não somente a unidade habitacional, mas especialmente as áreas comuns dos condomínios, cujos benefícios, traduzidos em conforto, segurança e lazer agregam valor ao preço do imóvel e elevam o valor do metro quadrado do solo produzido.

Para se compreender o mercado imobiliário da São Luís contemporânea, entretanto, é necessário conhecer como se manifesta a produção do espaço urbano na atualidade. Nesse sentido, Lefebvre (2001), que aproximou e comparou o pensamento de Marx e Engels, o fez visando descobrir diferenças no interior da problemática urbana. Para esse francês, Marx ilustra seu pensamento dizendo o que se passa no real, daí suas inferências sobre o urbano. Já com Engels, a realidade urbana passa ao primeiro plano da obra. Dessa forma, a cidade entra no pensamento marxista, mas para entender sua importância é igualmente necessário compreender duas categorias de análise da teoria de Marx: a divisão do trabalho e a ideologia, posto que é dessa forma, com Marx e Engels, que nasce o Materialismo Histórico, que por sua vez, apoia-se na história da cidade.

Mas o que é o Materialismo Histórico? De acordo com Sell (2002), pode-se dizer que em Marx a história não é fruto do espírito absoluto, mas do trabalho humano, ou seja, são os homens, interagindo para satisfazer suas próprias necessidades, que desencadeiam o processo histórico. Marx, então, propôs estudar a sociedade, esse estudo, devendo sempre começar pela economia (vida material), que é o elemento condicionante de todo o desenvolvimento da vida social.

Assim, surge a questão central em torno do espaço urbano: a produção, que num sentido *latu*, relaciona-se com a própria produção da vida material, compreendendo ainda as ideias e as representações. Ocorre que, é a urbe, com sua dinâmica social, que abriga a produção, tanto no sentido amplo, quanto restrito, daí a necessidade de se estudar as formas de produção do espaço urbano para compreender a dinâmica da cidade, seus dilemas e suas contradições.

Dentre os pressupostos de Marx, um deles ressalta que a consciência é um produto social e Lefebvre (2001) retoma essa teoria ao falar da cidade, destacando que é na vida social e, portanto, na cidade, que a consciência das

classes se manifesta, mas é também nela, por meio da divisão do trabalho que ocorre a fragmentação da produção e que esse processo escapa à consciência individual, gerando alienação e, conseqüentemente, desigualdades e conflitos.

Também, a produção do espaço capitalista pode ser compreendida como um tipo de materialização do trabalho humano, que ocorre sob a égide do capital. É dessa forma que o espaço passa a ser ocupado pela mediação do mercado imobiliário. Este, cria diferentes mecanismos para a obtenção do lucro através do valor estabelecido para cada área, o que acarreta num processo de estratificação da sociedade em relação ao uso do solo.

A ocupação do espaço, porém, é limitada e tende à escassez, isso resulta na sua valorização, bem como, na sua transformação em moeda de troca e de capitalização. Essa mercantilização do espaço, iniciada com a industrialização, é intensificada com a urbanização, posto que no espaço urbano, pelo processo de compra e venda da terra, o espaço passa não somente a conter mercadorias, mas a ser a própria mercadoria/o próprio produto imobiliário. “O espaço-mercadoria, tornado ‘produto imobiliário’ transforma-se numa mercadoria substancialmente diferente daquela produzida até então.” (CARLOS, 2008, p. 234).

Nesse caso, Ferreira (1998) pondera que é preciso partir da lógica do capital e seu rebatimento na cidade, cujo solo a ser ocupado/usado é a mercadoria cada vez mais rara e que não existe uma tipologia que se arvore de ser utilizada em toda e qualquer forma urbana, pois é a realidade empírica e seu dinamismo que evidenciam para o pesquisador a necessidade de identificar quais são e como atuam os agentes da produção do espaço urbano analisado. No entendimento de Carlos, Souza e Spósito (2011), por exemplo, os agentes produtores do espaço são os proprietários dos meios de produção, os proprietários fundiários, os proprietários imobiliários e o Estado. Além desses, também as pessoas que utilizam o espaço no cotidiano são consideradas produtoras deste, já que nele interferem diariamente/diretamente e por meio de diversas ações.

Esses agentes, no entanto, não interferem igualmente na produção do espaço, pois o poder é geralmente obtido através da propriedade da riqueza local. Nesse sentido, há também os fatores que intensificam o poder dos agentes produtores do espaço e isso ocorre com a monopolização de diferentes ações no processo produtivo, a exemplo do que ocorre com o incorporador, definido por Carlos (2007), como o agente que desenvolve uma cadeia de ações, que vai desde

a compra do terreno até a venda da mercadoria/ do imóvel produzido, passando pela contratação de equipe técnica, pela aprovação da planta na prefeitura e também pelo registro de incorporação no cartório de registro de imóveis. Ele, dessa forma, é quem arca com o maior custo, mas é quem obtém maior lucro.

Nessa perspectiva, a cidade, tanto para os empreendedores públicos quanto privados é o próprio objeto da extração dos lucros (MARICATO, 1988) e, se proporciona um valor de troca para os empreendedores, para os indivíduos, por ser local de moradia, trabalho, lazer etc., tem, sobretudo, valor de uso. Dessa dualidade valorativa acerca da cidade advém o conflito permanente que se estabelece entre o indivíduo e os empreendedores imobiliários diante da transformação do espaço urbano em espaço-mercadoria.

Note-se que o valor atribuído à terra urbana terá relação direta com o acesso e a disponibilidade desta, em cada momento da produção do espaço. Surge, então, a variante localização urbana. Segundo Villaça (2001), na localização, as relações manifestam-se através dos transportes de produtos, de energia e de pessoas, assim como das comunicações e da disponibilidade de infraestrutura.

É dessa forma, ou seja, por meio da instalação de infraestrutura adequada, que o Estado “permite/incentiva” os incorporadores a investirem nos empreendimentos localizados nessas áreas ou nessas imediações e à medida que estes o fazem, obtém maior lucro. (RIBEIRO, 1997).

O espaço do qual trata esta pesquisa é, portanto, o espaço capitalista, fruto da propriedade privada da terra e o solo, que se apresentava originalmente como espaço físico, passa a ter a capacidade de gerar lucro, adquirindo *status* de mercadoria, ganhando valor de mercado.

Neste aspecto de valorização de áreas pelo mercado imobiliário, Targino (2009) revela que a verticalização de São Luís é um fenômeno que se inicia quando, na década de 1970, a cidade recebe investimentos em infraestrutura e se expande em direção às praias com a construção das pontes do Caratatiua e do São Francisco, que ligam a cidade antiga à cidade nova, separadas pelo rio Anil. A análise de conteúdo da verticalização, contudo, requer esforço, visando à superação da pura descrição (SOUZA, 1994) e evitando as “armadilhas”, que se não forem desviadas, levarão o pesquisador ao entendimento superficial e sem correspondência com o fato urbano. (FERREIRA, 1999).

Em 1974, pois, na gestão municipal do então prefeito Haroldo Tavares, foi elaborado um Plano Diretor para o município de São Luís. Ocorre que a partir daí, o Plano zonificou esse território, decretando o perfil socioeconômico dos futuros usuários (BURNETT, 2008), de forma que a área do centro antigo da capital maranhense seria destinada às camadas mais pobres da população e a área nova, próxima às praias, aos mais favorecidos.

Em meados da década de oitenta, do século XX foi construído o primeiro *Shopping Center* de São Luís e é o sucesso comercial desse empreendimento que responde pela primeira concentração de prédios que mudaria os rumos e o ritmo da urbanização ludovicense. (RIBEIRO JÚNIOR, 2001). Assim, com o intenso investimento imobiliário no bairro Renascença II, este verticaliza-se, consolidando a cultura de habitação multifamiliar, para a classe alta e média, conforme previsto no Plano Diretor de 1974.

Segundo Burnett (2012), apesar do Renascença II estar hoje saturado de edificações residenciais, a demanda por esse tipo de moradia ainda é crescente. O mesmo autor chama atenção dos impactos provocados pela construção dessas torres, posto que, no caso do Renascença II, por exemplo, edifícios da primeira geração, com até 6 andares, estão sufocados por torres de 12 a 15 pavimentos, erguidas nos lotes vizinhos. E reflete: “[...] restaria saber que destino terão os lotes vagos entre as torres, comprometidos para uma nova edificação residencial.” (BURNETT, 2012, p. 72).

O capital imobiliário, por isso, precisou selecionar outras áreas para a construção desses núcleos habitacionais e a Avenida dos Holandeses passou, a partir de 1990, a receber empreendimentos imobiliários.

Na Ponta d’Areia, onde está construído o condomínio Farol da Ilha também ocorreu o processo de desvalorização dos imóveis mais antigos, em função da construção dos imóveis seguintes, mais altos, porém, o atrativo da vista para o mar, amenizou o prejuízo do solo urbano, com a comercialização dos prédios já construídos. (BURNETT, 2012).

Ocorre que o padrão dos imóveis na Ponta d’Areia, em geral, é dos mais altos, contendo modernos e eficazes equipamentos de segurança, além de áreas de lazer completas, equipadas para diversas modalidades de prática esportiva, ou seja, para o deleite comunitário, de forma que a unidade habitacional já não se configure como prioritária na escolha do imóvel.

Dessa forma, à medida que se fortalece a especulação imobiliária, o solo deixa de ser apenas a base física da habitação, passando a responder como elemento mercantil. Nesse sentido, concete que prevaleçam as forças de mercado e conseqüentemente, que se alarguem as divergências sociais na área urbana, posto que a produção da cidade e do espaço urbano como um todo subordina-se ao processo de acumulação/reprodução do capital.

Assim, no ensejo de compreender qual a relação entre o mercado imobiliário e a produção do espaço capitalista no condomínio Farol da Ilha, situado na Avenida dos Holandeses, levanta-se o seguinte problema: como o condomínio Farol da Ilha torna-se condição e nova expressão da reprodução do capital no espaço urbano de São Luís (MA)?

Ao lado dessa questão inicial, levantam-se as seguintes questões norteadoras: quais os principais agentes sociais promotores das transformações urbanas em curso? Como age o mercado imobiliário e quais são seus representantes? Como entender essas transformações espaciais a partir de processos políticos, econômicos e espaciais? Qual a historicidade desse espaço e, considerando os impactos socioambientais gerados nesse processo, qual será seu futuro?

Diante dessas inquietações, tem-se como objetivo geral analisar como o condomínio Farol da Ilha tornou-se condição e uma nova expressão da reprodução do capital em São Luís (MA). De forma específica, procura-se: investigar acerca da produção do espaço urbano; demonstrar como a Ponta d'Areia passou de um espaço opaco a um espaço luminoso; diagnosticar o padrão do empreendimento imobiliário Farol da Ilha, frente à produção do espaço urbano da Ponta d'Areia em São Luís (MA) e relacionar o padrão do empreendimento, com o poder simbólico, mediante a fetichização e a ideologia, para assim, discutir o valor de uso e o valor de troca da mercadoria imobiliária Farol da Ilha.

Com o intuito de alcançar resposta ao problema, às questões secundárias e atingir os objetivos propostos, foram analisadas as seguintes categorias: espaço urbano, espaço como objeto político e estratégico, espaço como mercadoria imobiliária, poder simbólico, fetichização da mercadoria; condomínio *club* com gestão de *concierge*, valor de uso e valor de troca.

Adotou-se o método crítico dialético, que tem como referencial o materialismo histórico. Ao lado desse método fez-se uma abordagem qualitativa e



quantitativa dos dados empíricos. De forma complementar, realizou-se pesquisa exploratória, descritiva, bibliográfica, documental e de campo. O universo trabalhado foi composto pelos gestores da Cyrela Brazil Reality (doravante, Cyrela) e das imobiliárias da Cyrela e Cia, Francisco Rocha, Pereira Feitosa e Ronierd Barros, principais responsáveis pela comercialização do produto

A análise qualitativa ocorreu por meio das indicações e ponderações dos seguintes autores: Webber (1971), Almeida (1982), Santos (1985, 2004), Maricato (1988), Spósito (1991), Gottdiener (1993), Raffestin (1993), Marx (1994), Moura et al. (1994), Souza (1994), Martins (1994, 2000), Haesbaert (1995), Sassen (1995), Ribeiro (1997), Ferreira (1998, 1999), Richardson (1999), Lefebvre (2001), Villaça (2001), Sell (2002), Vaz (2002), Caldeira (2003), Silva (2003), Bourdieu (2004), Ferreira e Silva (2005), São Luís (2006), Carlos (2007, 2008), Burnett (2008, 2012), Alves (2009), Cyrela (2009, 2013), Moraes (2009), SINDUSCON-MA (2009), Targino (2009), IBGE (2010), Harvey (2011), Carlos, Souza e Spósito (2011), Seiffert (2011), Coronato (2012), Napolitano, Meyer, Stefano (2012), Santos e Silveira (2012), Ferreira (2013); entrevistas nas imobiliárias: Francisco Rocha; Ronierd Barros e Pereira Feitosa, na própria Cyrela e no Sindicato das Indústrias da Construção Civil. (SINDUSCON-MA).

Apesar de São Luís contar, em 2013, com grande número de imobiliárias, a decisão de se utilizar apenas 4 empresas imobiliárias como universo de pesquisa foi tomada porque o produto imobiliário Farol da Ilha foi inicialmente comercializado pela imobiliária da Cyrela e só em seguida, pela Cyrela e Cia (imobiliária da Cyrela que cadastrou e habilitou a Francisco Rocha Consultoria Imobiliária (FR), a imobiliária Pereira Feitosa (PF) e a Ronierd Barros Consultoria Imobiliária (RB). As outras imobiliárias que vendem/venderam unidades em estoque do Farol da Ilha, não estavam habilitadas a fechar as vendas, as que fecharam, o fizeram por meio de uma dessas imobiliárias descritas acima, que estavam credenciadas pela Cyrela a comercializar o produto. Ressalte-se que além da Cyrela e de seus gestores, foram entrevistados corretores dessas imobiliárias cadastradas, bem como executivos da *Facylitie Home* e particularmente, a gerência *concierge* do Farol da Ilha. Todos esses, portanto, compõem o universo de pesquisa.

A justificativa da escolha do tema e sua localização vinculam-se ao fato do condomínio analisado situar-se na Avenida dos Holandeses, no bairro da Ponta d'Areia, espaço das principais modificações urbanas ocorridas desde 1990 em São

Luís. Ressalte-se que é uma oportunidade perceber que essa área, antes mesmo de ser incluída no mapa dos investimentos privados por meio do aumento do número de pavimentos das construções da cidade para quinze andares, era habitada por pescadores e frequentada basicamente por moradores locais ou das adjacências em busca de lazer. Hoje, entretanto, por meio de investimentos públicos e privados que “requalificaram” a área, esta passou a receber turistas e grande demanda por habitação de alto padrão, já que é também um lugar privilegiado pelas belezas naturais da orla, bem como pela facilidade de circulação e de acesso a serviços; tornando-se automaticamente atrativa para o capital se reproduzir.

Pode-se dizer, então, que esta dissertação tem possibilidade de trazer contribuições tanto à comunidade acadêmica, quanto à sociedade em geral, já que compromete-se com a análise da atual dinâmica urbana de uma das áreas mais cobiçadas pelo capital e por ele escolhida para se reproduzir em São Luís (MA), além de esclarecer de que forma a mídia age por meio da ideologia para implantar esse novo *modus vivendi* em São Luís. Também, representa, para o mercado imobiliário, bem como para a própria incorporadora Cyrela, um registro acadêmico/uma análise científica (ainda que, com suas limitações) da implantação do primeiro condomínio club com gestão hoteleira em São Luís, que poderá ser utilizado para estudos futuros, inclusive acerca dos impactos sociais e ambientais que esse tipo de construção pode causar na cidade.

Assim, dividiu-se este trabalho em oito capítulos. No primeiro, a introdução, onde se apresenta a natureza do tema, a situação problema, o problema, os objetivos, a metodologia numa visão geral e o plano do trabalho.

No segundo capítulo, fez-se a apresentação dos procedimentos metodológicos.

No terceiro capítulo, teorizou-se sobre a produção do espaço urbano, sobre o espaço como objeto político e estratégico, sobre o espaço como poder simbólico, e por fim, sobre a produção da mercadoria espaço e suas representações.

No quarto capítulo buscou-se um melhor esclarecimento sobre os agentes produtores do espaço urbano e de forma particular, sobre a incorporadora da obra Farol da Ilha.

O quinto capítulo levantou a história dos condomínios e deteve-se na escala local.

No sexto capítulo, tratou-se de historicizar sobre a Ponta d'Areia e a partir desse levantamento histórico, discorreu-se sobre suas transformações espaciais, relacionando com os conceitos de espaço opaco e espaço luminoso, propostos por Santos e Silveira (2012).

O sétimo capítulo tratou da parte empírica da pesquisa. Por isso, teve o condomínio Farol da Ilha como foco. Buscou-se primeiro teorizar sobre o poder simbólico e sobre o fetiche da mercadoria imobiliária, fez-se ainda uma análise do discurso da mídia na implantação do condomínio Farol da Ilha, para em seguida, enfatizar as categorias valor de uso e valor de troca, que constituíram a parte empírica do trabalho.

Por fim, o oitavo capítulo, que compõe as considerações finais do trabalho. Por isso, nele, foram apresentadas as inferências sobre a pesquisa e as considerações sobre a resposta ao problema, às questões norteadoras, bem como aos objetivos propostos.

## 2 METODOLOGIA

Com o intuito de alcançar resposta ao problema e aos objetivos propostos adotou-se o método crítico dialético. “Este método tem como referencial teórico o materialismo histórico dialético, apoiando-se na concepção dinâmica da realidade e nas relações dialéticas entre sujeito e objeto, entre conhecimento e ação, entre teoria e prática.” (MARTINS, 1994, p. 3).

O procedimento adotado para a aplicação do referido método articulou cinco momentos. No primeiro momento, mediante à “problemática sentida”, realizou-se um inventário provisório a respeito do recorte do tema, da formulação do problema e dos objetivos.

No segundo momento, fez-se o resgate crítico da posição teórica ou do conhecimento da problemática em questão. Isso foi feito mediante pesquisa bibliográfica, documental e de campo. Na pesquisa bibliográfica a ênfase foi dada para a construção do conhecimento teórico acerca das categorias que abrigavam conceitos de espaço urbano, mercadoria e utilização do solo com fins mercantis. Essa primeira fase da pesquisa bibliográfica, portanto, foi o substrato teórico sobre o qual pôde-se analisar o espaço urbano como objeto político/estratégico e a ação do mercado por meio de seus agentes na valorização e mercantilização do solo construído. Ao lado dessa teoria procurou-se conhecer os Planos Diretores de São Luís.

O trabalho de campo, que também compôs o segundo momento da pesquisa compreendeu as primeiras visitas ao condomínio Farol da Ilha e às Imobiliárias Cyrela (imobiliária da própria Cyrela), Francisco Rocha Consultoria Imobiliária (FR), Imobiliária Pereira Feitosa (PF), Ronierd Barros Consultoria Imobiliária (RB), todas essas, envolvidas diretamente na comercialização das unidades habitacionais do Farol da Ilha. Além dessas visitas, gestores da própria Cyrela e da *Facylitie Home* foram entrevistados. Ao todo, foram feitas quatro tentativas em cada uma dessas empresas, com entrevistas previamente agendadas.

Através dessas visitas, realizadas no período de dezembro de 2011 a dezembro de 2012, das conversas iniciais com os gestores da Cyrela e com corretores foi possível conhecer as características de localização do terreno, a planta do empreendimento, os valores do metro quadrado na ocasião de lançamento do

produto, verificar a necessidade de acompanhar sua evolução e conhecer o interior das unidades habitacionais.

Depois de feito o levantamento das bibliografias sugeridas pelas disciplinas Estado, Política e Desenvolvimento Regional; Desenvolvimento Territorial Urbano e Regional (de agosto a dezembro de 2011); Poder Local e Gestão de Políticas Públicas e por fim, Rede Urbana e Estrutura Regional (de janeiro de 2011 a agosto de 2011), procedeu-se com a leitura analítica e fichamento dos textos. Foi esse procedimento que permitiu a execução do terceiro passo da pesquisa.

No terceiro momento, buscou-se a definição de um método de análise e exposição para discutir e selecionar quais os conceitos e categorias, dentre as estudadas, poderiam orientar a interpretação dos dados empíricos da pesquisa. A seleção do método, entretanto, foi feita através das discussões e das orientações que permearam o desenvolvimento da disciplina Teoria e Metodologia da Pesquisa, já no primeiro semestre (agosto a dezembro de 2011).

De dezembro de 2011 a julho de 2012 cinco visitas ao produto imobiliário Farol da Ilha foram feitas e uma entrevista não padronizada com a gerente *concierge*<sup>2</sup> da *Facilities Home* ocorreu. De janeiro a março de 2013 foram feitas fotografias das áreas comuns do condomínio, além de se buscar informações acerca de como outras empresas imobiliárias analisam as transformações socioespaciais que ocorreram na Ponta d'Areia, desde 1980 até os dias atuais.

Também, de janeiro a março de 2013 entrevistas foram agendadas com gestores da Cyrela e das imobiliárias FR; PF; RB e SINDUSCON-MA, assim, essas empresas e o sindicato puderam colaborar com a análise de dados e sinalizar alguma resposta que conduzisse esta pesquisa ao entendimento acerca dos efeitos da ação do capital global da incorporadora Cyrela ao agir em escala local.

Os construtores locais da Canopus e Dimensão Engenharia foram chamados a colaborar com entrevistas, porém, não devolveram os questionários nem deram sinalização positiva para que se pudesse agendá-las ou gravar as entrevistas solicitadas.

Observa-se, portanto, que a referida pesquisa teve suas limitações, visto que os gestores da Cyrela, bem como os representantes do Conselho Regional dos Corretores de imóveis (CRECI-MA) e o Sindicato dos Corretores de Imóveis do

---

<sup>2</sup> Profissional dedicado a atender todas as necessidades dos condôminos, além das necessidades gerais do condomínio.

Maranhão (SINDIMÓVEIS) pouco interesse demonstraram em responder aos questionários e mesmo, de publicar seu posicionamento, tendo selecionado as solicitações de dados numéricos reais sobre o volume de vendas (IVV); número exato de imobiliárias que atuam desde 2008 em São Luís ou mesmo, sobre temas tangentes como perfil econômico x preferência por condomínios verticais ou horizontais, em São Luís, de 2008 a 2013.

A quarta etapa da pesquisa foi o momento de se proceder à análise do material e claro, de se estabelecer as conexões, as mediações e as contradições dos fatos em estudo, identificando as determinações principais e as secundárias.

A quinta e última fase foi a síntese, pois objetivou expor, de forma orgânica, coerente e concisa as múltiplas determinações que explicaram a problemática investigada, que responderam ao problema elaborado na segunda fase e permitiram se atingir os objetivos propostos desde o projeto, que antecedeu a pesquisa em si e o texto que ora foi construído.

Ao lado do método crítico dialético, usou-se abordagem qualitativa e quantitativa. A qualitativa foi chamada ao trabalho porque segundo Richardson (1999, p. 90), “[...] pode ser caracterizada como a tentativa detalhada dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados, em lugar da produção de medidas quantitativas de características ou comportamentos”.

De forma mais modesta, utilizou-se a quantitativa, que visou traduzir em números as opiniões, as informações para classificá-las e analisá-las. Dando prosseguimento, usou-se a pesquisa exploratória e analítica. Exploratória, porque a intenção foi explorar a historicidade que contempla o tema, analítica, porque o objetivo foi analisar as categorias selecionadas, a fim de explicar como o Condomínio Farol da Ilha tornou-se condição e nova expressão da reprodução do capital no espaço urbano de São Luís (MA).

O local de execução da pesquisa foi o condomínio Farol da Ilha, situado na Av. dos Holandeses, n. 200, no bairro da Ponta d’Areia, em São Luís (MA). O universo estudado foi composto pelos gestores da Cyrela Brazil Realit (Cyrela), da Facilite Home, das imobiliárias FR, PF e RB e com o SINDUSCON-MA. Considerando esse número restrito de pesquisados, não foi possível retirar, desse total, uma amostra significativa, daí esse universo ter sido utilizado na totalidade.

Para coleta de dados utilizou-se a entrevista semi-estruturada e o questionário (APÊNDICE A e B). Este, com dez questões abertas e fechadas. A

entrevista foi feita com a gerência *concierge* do Farol da Ilha, que no início da pesquisa estava nas mãos de uma funcionária da *Facilities Home* e no final, com uma funcionária da empresa local e terceirizada pela Cyrela. Também, entrevistou-se a superintendência do Sindicato das Indústrias da Construção Civil do Maranhão (SINDUSCON-MA) e os diretores comerciais da Cyrela e da RB. Esta e as demais imobiliárias responderam ao questionário por meio de gerentes e um segundo questionário, específico sobre o produto Farol da Ilha foi enviado aos corretores das imobiliárias, num total de 25 questionários para cada uma dessas empresas. Nem todos foram devolvidos com respostas e nenhum deles foi identificado. Tanto o Conselho Regional dos Corretores de Imóveis do Maranhão (CRECI-MA) quanto o Sindicato dos Corretores de Imóveis do Maranhão (SINDIMÓVEIS-MA), que foram procurados no decorrer da pesquisa, omitiram-se.

O tratamento dos resultados quantitativos da foi representado por quadros, gráficos e tabelas, com auxílio do Excel, já a parte qualitativa ocorreu mediante análise do conteúdo fornecido nas entrevistas e opiniões registradas nos instrumentos de coleta de dados.

### **3 PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO**

O capitalismo, em seu processo de expansão, conquistou o espaço, dominando-o, tanto pelo poder jurídico da apropriação, quanto pelo plano político-econômico, ou seja, pelo comando do Estado e de suas instituições.

Segundo Harvey (2011), o capitalismo, tanto é dinâmico quanto é expansionista, constituindo uma força estratégica que dá forma permanente ao mundo que vivemos.

Historicamente, o capitalismo é cíclico e na sua fase atual, o espaço surge como uma condição básica de sua reprodução. Esse processo revela contradições peculiares a essa forma de dominação e o solo torna-se o grande objeto da reprodução do capital. Retomando Harvey (2011), a implicação é que renda e propriedade privada de terras são condições socialmente imprescindíveis para a perpetuação do capitalismo. Assim, o circuito imobiliário, que já foi secundário para a economia, pode tornar-se um setor paralelo, que se insere no circuito normal de produção-consumo. Podendo inclusive tornar-se o setor principal, se o circuito normal for freado (LEFEBVRE, 2001), isso porque, “O ser humano necessita, para viver, ocupar um determinado lugar no espaço. Só que o ato em si não é meramente o de ocupar uma parcela do espaço; ele envolve o ato de produzir o lugar.” (CARLOS, 2008, p. 85).

Nesse sentido, serão abordados, neste capítulo, conceitos sobre o espaço e seus elementos, bem como sobre a produção do espaço urbano, seu caráter político e estratégico e sobre o espaço enquanto mercadoria do capital. Além disso, será feita uma abordagem sobre a inserção dos condomínios no processo de reprodução do capital; sobre as incorporadoras e suas escalas de atuação e por fim, sobre o condomínio como novo conceito de moradia em São Luís.

#### **3.1 O espaço como objeto político e estratégico**

Para que o percurso teórico pretendido neste texto possa constituir-se numa trajetória segura e cumprir o papel que lhe cabe, de discutir sobre a produção do espaço urbano a partir do condomínio Farol da Ilha, objeto desta pesquisa, faz-se necessário, primeiramente, esclarecer que noção de espaço será aqui utilizada, já que a discussão acerca do conceito de espaço vem, há muito, sendo revelada pela



Geografia e implica numa proposta para a definição dessa própria ciência. Segundo Santos (2004), num conceito atual, caberia à Geografia estudar o conjunto indissociável de sistemas de objetos e sistemas de ações que formam o espaço.

Esses objetos, antes naturais, foram sendo, à medida que a sociedade se modernizou, substituídos por objetos técnicos, tais como as estradas de ferro, as estradas de rodagem, as cidades e mais recentemente, por objetos cibernéticos. Assim, o espaço é, hoje, “um sistema de objetos cada vez mais povoado por sistemas de ações igualmente imbuídos de artificialidade e cada vez mais tendentes a fins estranhos ao lugar e a seus habitantes.” (SANTOS, 2004, p. 63).

A noção de espaço que se utiliza aqui é, portanto, a de produto social, fruto do trabalho do homem, uma vez que:

O espaço como produto do trabalho do homem nos leva a refletir sobre o processo de produção social, o tipo de trabalho, o seu desenvolvimento, o modo como determinado produto é produzido. A questão é como se dá a configuração específica do processo de produção espacial através das relações capitalistas de produção. (CARLOS, 2008, p. 36).

Essa noção da produção do espaço comunga do mesmo pensamento de Marx, para o qual, advém da reprodução da existência do próprio homem, sendo este, simultaneamente, parte e produtor da realidade. Esse modo de produção também designaria uma estrutura de funcionamento da vida social, num dado período histórico e num determinado espaço.

Afirmar que o espaço urbano é um objeto político e estratégico, como aqui se faz, requer, entretanto, que sejam feitos alguns esclarecimentos sobre o que se pretende dizer com o termo objeto e mesmo que se faça alguma abordagem política sobre o tema.

O conceito de objeto, anunciado por Baudrillard (1973, p. 62) e Santos (2004, p. 66), afirma que “objeto seria aquilo que o homem utiliza em sua vida cotidiana, ultrapassa o quadro doméstico e, aparecendo como utensílio, também constitui um símbolo ou um signo [...] assim, respondendo às demandas de *status* e narcisismo” que permeiam as decisões dos que podem habitar condomínios exclusivos, como o Farol da Ilha, considerando-se que a cultura e o simbólico atuam como mediadores entre a economia e o comportamento prático dos atores sociais.

Toda criação de objetos responde a condições sociais e técnicas presentes num dado momento histórico. Sua reprodução também obedece a condições sociais. Algumas pessoas adotam a novidade em breve espaço de tempo, enquanto outras não reúnem as condições para fazê-lo, ou preferem recusá-la, permanecendo com modelos anteriores. Se cada época cria novos modelos, o seu uso, porém não é geral. Mas o fato central é a produção de réplicas, mais ou menos fiéis, a partir do objeto original. (SANTOS, 2004, p. 68).

É o que ocorre com a expansão do capital imobiliário, atuando na produção do espaço urbano. Vale aqui uma ressalva: a expansão do capitalismo na superfície terrestre, visa a exaustão, submetendo à sua lógica, todos os lugares possíveis. O capital, entretanto, é seletivo, ou seja, elege lugares para se fixar e esses lugares passam a ter como característica principal o tipo de capital ali instalado.

Enquanto um sistema econômico, o capitalismo busca submeter à sua lógica todos os lugares possíveis e nesse sentido, é exaustivo na sua espacialização; já o capital elege lugares para sua aplicação e fixação, pousando, do ponto de vista quantitativo e qualitativo – em poucas localidades selecionadas, as quais passam a ter nos estoques (e nos tipos) de capitais ali incorporados o seu principal elemento de caracterização. (MORAES, 2009, p. 17).

No caso do bairro da Ponta d'Areia, em São Luís, onde o capital imobiliário escolheu/encontrou condições favoráveis à sua instalação/reprodução, pode-se perceber na expansão imobiliária, as marcas desse capital. Como exemplo, tem-se a expansão de prédios de condomínios verticais, como o condomínio "Farol da Ilha", um condomínio *club*, com gestão hoteleira, situado em área valorizada tanto pela infraestrutura já instalada no local, quanto pela crescente especulação do valor do solo nesse entorno.

O valor do solo geralmente é dado de acordo com a acessibilidade, bem como com a própria disponibilidade da terra na reprodução do espaço. É o anseio pelo lucro que gera uma disputa entre os agentes que produzem o espaço e transformam-no em objeto político e estratégico.

Nesse caso, o caráter político está intrinsecamente aliado ao estratégico. É elemento político, à medida que se utiliza de leis. Estas, muitas vezes beneficiam quem tem ou adquire a posse da terra (o proprietário fundiário, o construtor, o incorporador), que passa, assim, a definir como esse espaço será produzido; mas além de político é também estratégico, à medida que esses donos da terra se

utilizam das infraestruturas públicas para melhor equipar as áreas economicamente mais viáveis para o capital se reproduzir em forma de habitação.

O Estado, por ter o poder de intervir direta e indiretamente na produção do espaço urbano, ou por meio de leis ou alterando o preço do solo, surge como um dos principais agente produtores do espaço. “A lei, o costume, a família acabam conduzindo ou se relacionando a um tipo de organização geográfica. A propriedade é um bom exemplo, porque é ao mesmo tempo, uma forma jurídica e uma forma espacial.” (SANTOS, 2004, p. 75). Em torno do Estado, surgem outros agentes, em geral, especuladores. Ocorre que essa especulação depende de investimentos públicos, já que para realizar ganhos especulativos e tornar a terra mais valorosa é necessário que se garantam investimentos públicos em estradas, coleta de esgotos, abastecimento de água. E como isso ocorre? Uma das estratégias do Estado para investir na expansão de determinada área urbana é a elaboração de Planos Diretores, que visam descobrir problemas urbanos, além de desenvolver e executar projetos para melhor estruturação da cidade.

Plano Diretor é, nos termos da Constituição Federal e do Estatuto das Cidades, o instrumento básico da política de desenvolvimento e expansão urbana. É obrigatório para cidades com mais de 20.000 habitantes, integrantes de regiões metropolitanas e aglomerações urbanas e de áreas de interesse turístico [...] É plano, porque estabelece os objetivos a serem atingidos, o prazo que estes devem ser alcançados (ainda que, sendo plano geral, não precise fixar prazo, no que tange às diretrizes básicas), as atividades a serem executadas e quem deve executá-la. É diretor, porque fixa as diretrizes do desenvolvimento urbano do Município. (SILVA, 2006, p. 139).

O que se pode entender, portanto, é que o direito à propriedade privada passou a ser discutido em esfera pública e que seu uso varia em função do bem comum, da segurança e bem-estar da sociedade.

A propriedade não pode mais ser vista como um direito absoluto, submetida ao interesse exclusivo de seu titular, ao contrário [...] impõe-se ao proprietário o dever de exercer seu direito de propriedade também em benefício de toda coletividade. (SOUZA, 2010, p. 72).

Se a intenção ou mesmo o discurso do Estado é esse, por outro lado, sobre os proprietários fundiários, Harvey (2011, p. 148) arrisca-se:

Os desenvolvedores e proprietários subornaram ou financiaram legalmente as campanhas políticas dos eleitos para garantir tais investimentos. [...] é justamente por meio da realização de novas geografias que os proprietários (em aliança com desenvolvedores, interesses da construção e, claro,

financiadores onipresentes) avançam a sua posição de classe, além de trazer soluções-chave para o problema da absorção do excedente de capital.

Harvey (2011) acrescenta que o capitalista deseja colocar o capital onde o lucro estiver, disso deriva a necessidade do investidor obter, estrategicamente, o investimento/o apoio político do Estado; por outro lado e com razão, as pessoas procuram um ambiente seguro para habitar e exercer sua atividade reprodutiva, mas para isso, necessitam tornar-se proprietárias, o que gera, conseqüentemente, e em inúmeros casos, a contração de dívidas.

Dessa forma, o planejamento urbano age, inúmeras vezes, a serviço da venda/do consumo da cidade, o que torna a terra urbana mais lucrativa para quem detém sua propriedade e contribui para que o capital se reproduza por meio da produção de novos espaços de moradia.

São Luís teve seu primeiro Plano Diretor elaborado em 1974, quando a Prefeitura Municipal de São Luís contratou a empresa Wit-Olaf Prochinik Arquitetura e Planejamento (SCL) para esse fim, conforme esclarece o prefeito da época Haroldo Tavares em entrevista à Agenda do Fórum Metropolitano da Grande São Luís.

Antes do Plano Diretor o que se tinha era um código de obras. A ideia foi minha, mas não se pode fazer planejamento com uma só pessoa. O Plano ordenador de São Luís foi coordenado pelo escritório Wit Olaf Procinik Arquitetura e Planejamento, que tinha arquitetos, engenheiros e geólogos, e teve apoio da universidade. (TAVARES, 2012, p. 18).

Na cidade capitalista, é por meio da criação de lugares fixos que o capital pode se locomover e o faz, também através de uma reorganização da paisagem geográfica, que se apresenta por meio da produção de espaços desiguais, visto que só os que podem pagar pelas áreas nobres da cidade, mais bem equipadas ou com localização privilegiada em relação ao litoral, por exemplo, terão acesso a elas.

Em virtude do exposto, o Plano Diretor de 1974 foi alterado em 1981, quando surge o Segundo Plano Diretor de São Luís, para melhor orientar o desenvolvimento urbano e diminuir conflitos entre áreas residenciais e atividades econômicas ou sociais, especialmente, no entorno da Laguna da Jansen, onde passa a haver um crescimento desordenado. (SÃO LUÍS, 1981).

O terceiro Plano Diretor de São Luís foi elaborado em 1992 e alterou novamente a Lei de Zoneamento, Parcelamento, Uso e Ocupação do Solo (Lei

Municipal 3.253, de 29 de dezembro de 1992). Essa lei dispõe sobre o Zoneamento, parcelamento, uso e ocupação do solo urbano de São Luís, dividindo as áreas do entorno da Laguna em três zonas: Zona Turística 2 (ZT-2), as quadras voltadas para a Baía de São Marcos; Zona Residencial 2 (ZIS-2), as quadras voltadas para o Igarapé da Jansen e a Zona de Proteção Ambiental (ZPA-2), que compreende praias, o mangue e a extremidade da Ponta d'Areia. (SÃO LUÍS, 1992).

O último Plano Diretor, que consta nos documentos da Prefeitura Municipal de São Luís, é o de 1996. Trata-se de uma Lei Orgânica<sup>3</sup>, instituído pela Lei Municipal nº 3.555, de 12 de agosto de 2006, cujo Artigo 4º assegura que o Município de São Luís integra a divisão político administrativa do Estado e orientará sua atuação no sentido do desenvolvimento e da redução das desigualdades sociais. (SÃO LUÍS, 1996).

Já que o foco desta seção é tratar do caráter político e estratégico do espaço, destaque-se a atuação do Estado. Este, segundo Carlos, Souza e Spósito (2011, p. 45-46), pode:

- Estabelecer o marco jurídico (leis, regras, normas, posturas) de produção e uso do espaço;
- taxar as propriedades fundiárias, as edificações, o uso da terra e as atividades produtivas: diferenciais espaciais dessa taxação refletem e condicionam a diferenciação socioespacial no espaço urbano;
- produzir as condições de produção para outros agentes sociais, como vias de tráfego, sistemas de energia, água e esgotamento sanitário, assim como o próprio espaço físico da cidade, por meio de obras de drenagem, desmonte e aterramento: a cidade do Rio de Janeiro fornece exemplos contundentes dessa ação;
- controlar o mercado fundiário, tornando-se, sob certas condições, proprietário de glebas que poderão ser permutadas com outros agentes sociais;
- tornar-se promotor imobiliário, investindo na produção de imóveis residenciais em determinados locais do espaço intraurbano para determinados grupos sociais – esta ação tende, via de regra, a reforçar a diferenciação interna da cidade no que diz respeito à segregação residencial;
- tornar-se produtor industrial, interferindo assim, na produção do espaço, por meio de implantação de unidades fabris, e de impactos, em outras áreas, próximas ou longínquas, de suas instalações industriais: conjuntos habitacionais, loteamentos populares e favelas são criados, em parte, em decorrência das indústrias do Estado, cuja ação interfere na divisão econômica do espaço e na divisão social do espaço na cidade.

---

<sup>3</sup> Lei Orgânica Municipal – de acordo com Souza (2010) é uma lei genérica, elaborada no âmbito do município e conforme as determinações e limites impostos pelas Constituições Federais e do respectivo Estado, aprovada em dois turnos pela Câmara Municipal e pela maior Companhia de Habitação Popular.

Esses múltiplos papéis ainda relacionam-se com outros agentes sociais, tais como instituições bancárias, empreiteiras ou mesmo, proprietários de terras, muitas vezes, por mecanismos corruptos, como o clientelismo ou a cooptação.

Dadas essas múltiplas ações do Estado, faz-se aqui um recorte teórico, delineando como campo de estudo, o Estado enquanto promotor imobiliário, que pode também ser concebido como as ações da União por meio da Caixa Econômica Federal (CAIXA), instituição que responde pelo financiamento de moradias. Neste caso, Ferreira e Silva (2005) relatam que entre 1967 e 1986 o Estado incrementa o financiamento da habitação no Maranhão via o Sistema Financeiro da Habitação (SFH) e através do Banco Nacional de Habitação (BNH). Decorrem daí a produção da Companhia de Habitação Popular do Maranhão (COHAB-MA), de 16.494 unidades; do Instituto de Previdência do Estado do Maranhão (IPEM-MA), com 3.667 unidades e das cooperativas particulares, com a produção de 3.141 unidades habitacionais.

O financiamento do BNH (banco de primeira linha), entretanto, era direcionado para as camadas mais equilibradas economicamente, isso ocorre até sua extinção, em 1987, quando a CAIXA assume seus direitos e deveres, passando, segundo Ferreira e Silva (2005, p. 3), “a ser considerado um banco social destinado a produzir habitação para a população de baixa renda” e, portanto, de segunda linha.

Em 1986 o BNH foi extinto e os efeitos de seu fechamento foram devastadores, no que diz respeito ao financiamento de programas e projetos habitacionais, porque só puderam ser retomados a partir da década de 90, do século XX, quando o Governo Federal disponibilizou linhas de financiamento para estados e municípios, visando recuperar áreas degradadas e habitadas por famílias pobres, com renda de até três salários mínimos.

Entre 1989 e 1992, a CAIXA produziu 9.940 unidades habitacionais, em São Luís com mais de 50% dessa produção destinada à população de baixa renda, daí grande parte dessas habitações ser construída na Cidade Operária, localizada no setor Leste da Ilha, onde os terrenos eram mais baratos.

Convém ressaltar que unidades habitacionais também foram construídas no Turu, Vinhais e Olho d'Água, ou seja, no setor Norte da Ilha, para onde, (desde 1974) devia-se induzir a ocupação e um novo uso. No caso da Forquilha (apartamentos), tal justificativa se atém aos benefícios da infraestrutura disponibilizada em virtude da construção dos conjuntos Cohab Anil I, II e III, que remontam ao início da década de 1970. (FERREIRA; SILVA, 2005, p. 3).

Em verdade, foram essas ações do Estado que induziram a ocupação e o crescimento econômico do setor Leste da Ilha do Maranhão, fazendo desse setor, também propício para o capital se reproduzir.

Na sequência, a Constituição Brasileira de 1988 configurou novo rumo para a concepção de políticas públicas no país, bem como para novos modelos de planejamento urbano. “Compete à União instituir diretrizes, para o desenvolvimento urbano, inclusive habitação, saneamento básico e transporte urbano.” (BRASIL, 1988). Dessa forma, a década de 90 do século XX ficou marcada pelo avanço do Neoliberalismo na América Latina e no Brasil, tanto do ponto de vista das políticas de habitação, quanto das políticas de transporte. (SOUZA, 2011).

A partir de 1992, entretanto, a crise econômica por que passava o país interfere no sistema de financiamento de habitação e a CAIXA deixa de financiar imóveis, o que acarreta na proliferação de palafitas. Os investimentos em habitação, de acordo com Ferreira e Silva (2005) somente são retomados a partir de 2000, por meio do Programa de Arrendamento Residencial (PAR), destinado a funcionários do Estado, nas três esferas: federal, estadual e municipal e também aos da iniciativa privada. E de que forma esse sistema se chega aos usuários? Estaria esse programa destinado a atender as camadas realmente pobres da população maranhense? A implantação ocorre por meio da CAIXA, que designa os critérios a serem preenchidos pelo aspirante e realiza a seleção desses interessados. Ferreira e Silva (2005, p. 3) destacam os critérios utilizados para selecionar os futuros proprietários:

(renda de seis salários mínimos e emprego estável); o pleiteante, por exemplo, deveria possuir uma renda de R\$: 1.560,00, tomando por base o salário-mínimo (à época) de R\$: 260,00; isso numa cidade como São Luís, em que apenas 8,99% da População Economicamente Ativa (PEA) têm renda mensal acima de 05 salários mínimos.

Assim, a população de baixa ou nenhuma renda fica mais uma vez à margem da oferta de moradia e, portanto, a mercê de habitações precárias, o que revela certa contradição e deficiência do PAR, apesar do avanço dado.

Ocorre que o espaço, essencial e alvo da ação dos agentes que participam dessas redes, entretanto, não é apenas econômico, tampouco é apenas instrumento político, continua sendo um protótipo, um modelo permanente do Valor de uso que se opõe às generalizações do Valor de troca na economia capitalista sob

a autoridade de um Estado homogeneizador (GOTTDIENER, 1993). Daí decorre a necessidade de se trazer a este texto, conceitos de território, territorialidade e homogeneização.

Diante do exposto, a noção de território que aqui se pretende utilizar revela uma relação de poder entre os agentes que produzem o espaço ou entre vários desses agentes interligados, formando redes e o próprio espaço, com o intuito de dominá-lo. Para Raffestin (1993, p. 153):

Falar de território é fazer uma referência implícita à noção de limite, que mesmo não sendo traçado [...] exprime a relação que um grupo mantém com uma porção do espaço. A ação desse grupo gera, de imediato a delimitação. [...] Sendo a ação sempre comandada por um objetivo, este é também uma delimitação em relação a outros objetivos possíveis.

Além dessa acepção de território, acrescenta-se a de Haesbaert (1995), para o qual, a noção de território envolveria, simultaneamente, uma noção de identidade territorial, que ele chamou de simbólico-cultural e uma segunda, mais concreta, ligada à noção de fronteira, que visaria o controle dos recursos existentes e que foi denominada político-disciplinar.

Depreende-se, dessa dimensão política, da qual trata a territorialidade que o espaço urbano pode abrigar, várias territorialidades, estas, instrumentalizadas pela ação material e simbólica de agentes produtores do espaço, agindo, muitas vezes, por meio das redes de atuação. Há dois tipos de territorialidades, por meio das quais os agentes definem seus raios de atuação, conforme ensina Moura et al. (1994): as de caráter subjetivo, que não carecem de marcações institucionais e as formais, guardadas por estatutos, definidas por leis que lhes garantem poder, daí o amparo que se utiliza nesta pesquisa, dos Planos Diretores de São Luís.

Quanto à territorialidade formal, é necessário mencionar que em 2001, com a aprovação no Senado da Lei Federal n. 10.257 foi elaborado o Estatuto das Cidades, para regulamentar os Artigos 182 e 183 da Constituição Federal de 1988. Por meio desse estatuto, pôde-se criar instrumentos de gestão democrática das políticas urbanas nos âmbitos nacional, regional, estadual e municipal, conquistando-se o direito à elaboração dos Planos Diretores, a garantia de participação nos Orçamentos Participativos e as propostas de Zoneamento Ambiental. (SOUZA, 2011).



Ressalte-se que a partir de 2001, quando da retomada da oferta de financiamentos para habitação pela CAIXA, houve um predomínio do modelo de habitação multifamiliar, vertical, em detrimento do modelo anterior, unifamiliar e horizontal, que vigorou no período de 1989 a 1992 em São Luís. Entretanto, desde 1950 e a partir da rua Grande, que o capital comercial passou a sofrer o processo de acumulação mais acentuado no município de São Luís, o que se configurou até 1980, quando São Luís recebeu grandes projetos, como o Sistema Norte, da Companhia Vale do Rio Doce (CVRD), a instalação do Consórcio de Alumínio do Maranhão (ALUMAR) e conseqüentemente, um novo contingente populacional, que chega à cidade como mão de obra para trabalhar nesses projetos e busca habitação multifamiliar e vertical, com a qual já estavam familiarizados no Sudeste ou Sul do Brasil, em suas cidades de origem.

Nesse contexto, o setor da construção civil, a partir da década de 1980 passou a ter maior importância diante da implantação dos novos empreendimentos e construção de residências e/ ou prédios de apartamentos para alojar a massa de profissionais que chegou para dar sustentação às empresas dos Grandes Projetos. (SANTOS, 2010, p. 107).

Dessa maneira, o espaço geográfico, que é um produto da acumulação do capital, passa a ter valor político/estratégico e econômico no processo de reprodução capitalista. Afinal, oferecer a novidade de um tipo de habitação configura-se, para o mercado imobiliário, como uma estratégia.

É nesse sentido que o mercado imobiliário interfere na economia urbana como um agente estratégico, de suma importância para a acumulação e reprodução do capital, pois cria diferentes estratégias para obter lucros sobre o valor do solo, já que a habitação é uma das necessidades fundamentais do homem. Dentre as estratégias usadas na década de 80 pelo mercado imobiliário de São Luís estavam os edifícios da primeira geração do Renascença II, com até 6 andares, uma novidade no mercado, posto que até então havia uma predominância de residências unifamiliares em bairros ou conjuntos habitacionais, além de uma massa de palafitados. Segundo a Cyrela (2009), atualmente, a novidade gira em torno dos condomínios *club* verticais com gestão hoteleira e apontam para o surgimento de bairros planejados, também com gestão condominial de *concierge*, conforme será feito no bairro Jardins, também um empreendimento da Cyrela, previsto para ser entregue em 2014.

Diante disso, amplia-se na cidade o processo de segregação espacial, já que a distribuição dos habitantes não ocorre de forma igualitária, mas hierarquizada, dividida em classes, em função da capacidade econômica dos consumidores que podem (ou não) pagar pelo valor do solo numa determinada área.

Assim, Carlos (2008) assegura que as classes de maior renda tendem a habitar as melhores áreas, as mais centrais ou as abandonam em busca de novo estilo de vida, em terrenos mais amplos, com mais áreas verdes, com maior silêncio ou ainda, com melhores equipamentos ou possibilidades para o lazer, restando aos menos aptos economicamente, áreas centrais, abandonadas pela população de alta renda ou mesmo, a periferia, onde o valor do solo é mais barato em função de pouca infraestrutura ou da maior distância em relação às áreas privilegiadas.

### **3.2 O espaço urbano e a produção de mercadorias**

O valor fundiário cresceu, historicamente, com o surto industrial e a consequente necessidade de novas áreas para intensificação da produção agrícola, para o abastecimento de matérias-primas, de forma que quanto maior era o setor da indústria, maior a necessidade de se construir, conforme expressou Engels (1975), o que também aumentou a disputa pelo uso da terra.

A nosso ver, a discussão do valor do espaço nos remete à ideia do espaço-mercadoria, e na forma através da qual o espaço apropriado aparecerá como propriedade de alguém. Trabalhar com a forma de propriedade territorial significa estudar o caráter geral das relações espaciais de produção, o monopólio de certas pessoas que está pressuposto na propriedade e que dá a estas o direito de dispor de determinadas parcelas do espaço geográfico como esferas privadas, excluindo os demais e determinando como tal parcela será utilizada e qual a classe social irá desfrutá-la. (CARLOS, 2008, p. 87).

A transformação do espaço em peça mercantil, que conforme já dito, inicia-se com a industrialização, intensifica-se com a urbanização, de forma que no espaço urbano, a propriedade privada da terra é fator maior no processo de produção do espaço e conseqüentemente, na reprodução do capital.

A nova geografia de centros e margens, segundo Sassen (1995), reproduz parcialmente desigualdades existentes, determinando a produção diferenciada do espaço em função da diferenciação dessa produção no âmbito espacial e social do trabalho. Dessa forma, a produção do espaço se estabelece na

condição do espaço como mercadoria, fruto da propriedade privada da terra e o solo, que se apresentava originalmente como espaço físico, com valor de uso, passa a ter a capacidade de gerar lucro, adquirindo valor de troca e, portanto, o status de mercadoria.

Marx (1994, p. 57), ao iniciar o texto de “O Capital”, já afirmava que:

A mercadoria é, antes de mais nada, um objeto externo, uma coisa que por suas propriedades, satisfaz necessidades humanas, seja qual for a natureza, a origem delas, provenham do estômago ou da fantasia. Não importa a maneira como a coisa satisfaz a necessidade humana, se diretamente, como meio de subsistência, objeto de consumo, ou indiretamente, como meio de produção.

É dessa forma que o espaço passa a ser ocupado pela mediação do mercado imobiliário. Este cria diferentes mecanismos para a obtenção do lucro através do valor estabelecido para cada área, o que acarreta num processo de estratificação da sociedade em relação ao uso do solo. Nesse sentido, Harvey (2011, p. 187) afirma que:

O comando sobre o espaço, como já foi afirmado, é sempre uma forma fundamental de poder social. Pode ser exercido por um grupo ou uma classe social sobre outra ou exercido de modo imperialista, como o poder de um povo sobre o outro. Esse poder é tanto expansivo (o poder de fazer e criar) quanto coercitivo (o poder de negar, evitar e se necessário, destruir). Mas o efeito é a redistribuição da riqueza e o redirecionamento dos fluxos de capital para os benefícios da potência hegemônica ou imperialista à custa de todos os outros.

Carlos (2008, p. 38) adverte: “Se o espaço é produzido pelo processo de trabalho da sociedade, é necessário entender o modo pelo qual ele se desenvolve, para que se possa entender a natureza desse espaço”. Já que o trabalho é, para Marx (1994), o elemento fundamental da vida social, é através do trabalho que o homem:

- a) transforma a natureza e produz sua existência;
- b) cria a vida social, superando sua condição de ser natural;
- c) atua sobre a natureza e a transforma, transformando, ao mesmo tempo, sua própria natureza

Para Marx (1994), o capitalismo é um sistema econômico cujas características são exploração e alienação e que tem um elemento básico: a mercadoria. À primeira vista a mercadoria parece ser uma coisa simples e trivial de compreensão imediata, mas sua análise demonstra que é um objeto endemoniado,

portador de um caráter duplo: o valor de uso e o valor de troca (MARX, 1994). O valor de uso seria o seu aspecto material, sua capacidade de satisfazer uma necessidade humana, estaria relacionado com o conteúdo da mercadoria, já o valor de troca seria a capacidade que cada mercadoria possui para ser trocada por outra mercadoria.

Além do valor de uso e de troca, Marx (1994) levanta a tese da alienação do homem e para tanto, parte de uma análise da mercadoria. Esta, que a priori parece trivial, posta para análise, apresenta-se estranha e “cheia de sutilezas metafísicas” (MARX, 1994, p. 79). Ressalte-se, que o valor de uma mercadoria, Marx (1994) afirma, vem do trabalho e o dinheiro serve de meio de troca ou ainda, de circulação, cujo objetivo é o lucro. Mas qual a origem do lucro? Para Marx, estaria na produção, na exploração, no tempo de trabalho não pago ao trabalhador, que ele denomina mais-valia.

Embora o valor da mercadoria devesse ser fruto do trabalho investido pelo homem, na produção, a mercadoria perde sua relação com o trabalho e parece ganhar vida. Marx (1994) chama isso de fetichismo, que pode melhor ser esclarecido assim: o capital, desvinculado do trabalho, aliena o homem da produção de sua existência social. Essa alienação, por sua vez, inverte o sentido das relações sociais e o sujeito torna-se objeto (mercadoria), enquanto o objeto (a mercadoria) se torna sujeito.

Considerando que a atual estrutura do capitalismo requer uma crescente variedade de objetos sendo produzidos em menor tempo e que a produção do capital tende a preencher o espaço social em sua totalidade, a fetichização da mercadoria disseminou-se por outros ambientes da sociedade e pode ser observada até mesmo no processo de produção e reprodução do espaço urbano, passando o homem contemporâneo, a ser concebido, menos como homem e mais como consumidor e o modo de vida, reduzido a esse alienante consumo de mercadorias.

Isso porque, a imagem da mercadoria cria a ilusão de que sua posse realizaria o ser, que deseja ser diferente, pertencer a um determinado grupo social, consumindo produtos diferente, exclusivos. Entretanto, o que o homem consegue é somente relacionar-se com a imagem do objeto mercadoria.

O homem está alienado de si mesmo, manipulado, preso a um consumo programado que separa o homem do outro, encerrado em seu universo pessoal, isto porque, o homem em sua existência imediata, real é consumidor independente, vinculado a um mundo de interesses privados, onde os objetos se defrontam num mundo de indivíduos atomizados que no limite, chegam a se hostilizarem. Nesse quadro, o homem, consumidor por excelência, é parte integrante da massa - realidade opaca que aparece isenta de contradições – nem sujeito, nem objeto, mas sujeito e objeto de manipulação. (CARLOS, 2007, p. 80).

O espaço urbano, enquanto mercadoria, é produzido no bojo desta, que é uma sociedade de consumo. Nela, o homem produz para o mercado, mas o que orienta essa produção é o que faz sentido para esse homem. Nessa perspectiva, para Lefebvre (2001, p. 51), “a cidade cobre bem a dupla acepção do termo ‘produzir’. Ora ela mesma, é o lugar onde se produzem as obras diversas, inclusive aquilo que faz sentido à produção: necessidades e prazeres”. Dentre estes últimos, destacam-se os fatores hedônicos e as satisfações materiais mais íntimas. Este, entretanto, não é um hedonismo individual, mas de massas.

A elevação do nível de vida, a renovação incessante dos produtos, o crédito e a publicidade convergiram para fazer cumprir, imediatamente, os desejos pessoais, um comportamento socialmente e individualmente legítimo [...]. Doravante, o indivíduo se absorve cada vez mais em seu espaço privado, gerando a existência de depender menos dos outros, de ser, antes, dono dele mesmo, de decidir a conduta de sua própria vida, de viver por ele mesmo. (LIPOVETSKY, 1991, p. 109 apud CARLOS, 2007, p. 80).

Disso, depreende-se que o uso do solo como peça imobiliária, que transforma o solo numa mercadoria é uma forma capitalista de valorização do espaço e de manifestação de uma forma particular de poder: o poder simbólico, “um poder de construção da realidade, que tende a estabelecer uma ordem [...]: o sentido imediato do mundo.” (BOURDIEU, 2004, p. 9). Trata-se ainda, de um poder imperceptível, invisível, de uma forma alterada/transformada das outras formas de poder. Assim, os campos dominantes (as classes) são privilégios/vantagens de um capital simbólico. O poder simbólico consiste, segundo Bourdieu (2004), nesse poder invisível, que só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que e se estão sujeitos ou mesmo que o exercem.

Por isso, pode-se dizer, que o espaço urbano transformado em mercadoria abriga, em si mesmo, representações, signos que acabam por agregar valor ao preço do imóvel e assinalam a hegemonia de uma classe social sobre a outra. Esses signos, entretanto, fetichizam a mercadoria (*status*, progresso,

felicidade, poder, identificação com grupos socialmente hegemônicos e uma melhor qualidade de vida). Assim, ao adquirir o imóvel mercadoria, o sujeito consome não apenas o objeto, mas todas essas representações implícitas nele.

O lugar onde se mora, nesse sentido, geralmente revela o lugar social do morador, sua condição econômica, seu perfil social, suas posses, podendo constituir-se num instrumento de segregação socioespacial, que classifica o sujeito entre os que podem pagar pelo espaço mercadoria, com melhores aparelhos sociais, com maior segurança, com melhores serviços, mais próximo aos centros comerciais e aqueles que, não podendo pagar, são obrigados a se deslocar para regiões periféricas, onde há escassez de serviços e uma rede ineficaz de transporte. “A localização do imóvel já é, isoladamente, o fator mais importante para a decisão de compra do brasileiro. Está à frente de itens tão fundamentais quanto área útil, planta, número de vagas ou segurança.” (CORONATO, 2012, p. 88).

Além das questões apresentadas, outro ponto nodal da produção do espaço urbano como mercadoria, conforme entendimento de Ribeiro (1997), reside no fato de que a terra é um bem não produzido, que não tem um valor original, não se tratando de uma mercadoria, propriamente, conforme aquela descrita por Marx e um bem não produzido, portanto, não pode ter seu preço regulado pela lei de mercado, já que não há lei regulando sua oferta.

É a procura que suscita o preço da terra e não o encontro do mercado de produtores e compradores de solo [...], a compreensão dos mecanismos de formação dos preços da terra, bem como os efeitos destes sobre a configuração espacial das cidades, passa, necessariamente, pela análise das relações entre valorização dos capitais e uso do solo. (RIBEIRO, 1997, p. 39).

Ocorre que para se ter acesso a um pedaço de terra é necessário pagar-se por ele, já que o uso, seja por compra/venda ou aluguel, é uma das formas de apropriação e o preço, a manifestação do valor, que neste caso é especulativo, mas também simbólico.

Se o solo urbano adquire um preço é porque os vários agentes capitalistas estabelecem uma concorrência para controlar as condições urbanas que permitem o surgimento de lucros extraordinários. A origem desses lucros está no acesso diferenciado que a localização dos terrenos propicia ao uso do valor de uso complexo, que representa a cidade. Nesse sentido, o preço da terra nada mais é do que uma transformação sócio-econômica do sobrelucro de localização. (RIBEIRO, 1997, p. 49).

Essa dupla natureza do preço do solo urbano construído revela que para os empreendedores imobiliários, públicos ou mesmo privados, a cidade não é, como reflete Maricato (1988), apenas um local para se obter lucro, mas o próprio objeto de extração dos lucros, daí poder se afirmar que tem valor de troca, enquanto para o indivíduo, é local de moradia e lazer, tendo, portanto, valor de uso. Essa dupla articulação de valores, revela contradições e conflitos entre os interesses dos agentes produtores do espaço/empreendedores imobiliários e os do indivíduo/cliente, geralmente, desfavorecido.

## 4 OS AGENTES PRODUTORES DO ESPAÇO URBANO RESIDENCIAL VERTICALIZADO

Este capítulo trata da produção do espaço urbano no condomínio Farol da Ilha, em São Luís, enquanto resultante de agentes que objetivam satisfazer os seus interesses, visto que, tal produção não se dá naturalmente/aleatoriamente e nem é desprovida de propósito e lógica.

Para Carlos, Souza e Spósito (2011), a produção do espaço urbano é consequência da ação de agentes sociais, históricos, com interesses próprios, cujas ações abrigam contradições e geram conflitos entre si e com outros seguimentos sociais. Os referidos autores fazem indicações desses agentes, a saber:

[...] os proprietários dos meios de produção, os proprietários fundiários, os promotores imobiliários, o Estado e os grupos sociais excluídos. [...] Os proprietários de terras na periferia rural-urbana, que esterilizam suas áreas agricultáveis à espera de valorização, para fins de loteamento. Assinala também o caso de empresas industriais que controlam certas glebas, para fins associados à produção, como áreas de mananciais de água ou para futuras instalações [...]. Há ainda empresas ligadas exclusivamente à promoção imobiliária, seja como incorporadora, construtora ou ligada à vendas [...]. É o caso ainda, de pequenos promotores imobiliários que, na favela, produzem e vendem prédios de dois ou três andares. (CARLOS; SOUZA; SPÓSITO, 2011, p. 44).

Ocorre que o espaço se manifesta fisicamente por meio de formas espaciais, de objetos ou arranjos destes, no território. Esses objetos são produzidos socialmente, mas passam a significar, simbolizar, a partir de sentidos a eles atribuídos. Então, dependendo da localização e da infraestrutura que dispõe, o solo urbano poderá oferecer um maior ou menor lucro ao seu proprietário.

Essa dupla articulação do espaço (objeto material e produto social), é que o impede de ser concebido apenas como produto de relações sociais, sendo sua materialidade, imprescindível até mesmo para que nele se manifestem as relações sociais. (SANTOS, 2004).

Em se tratando de São Luís, no período entre 1971 a 2003 foram identificados cinco agentes sociais atuantes na produção do espaço urbano: o Estado, os detentores do capital, os promotores imobiliários, os apropriadores de terras e os moradores de áreas de ocupação (FERREIRA; SILVA, 2005). Hoje, pode-



se agregar a esses, a presença do incorporador (SINDUSCON-MA, 2009). Nesse caso, convém ressaltar que:

Por agente social se entende um agrupamento de pessoas e/ou instituições que desenvolvem ações definidas, visando à defesa de seus interesses; essas ações contribuem no processo de reprodução espacial, sendo, contudo, resultado da reprodução do capital. (FERREIRA, 1998, p. 2).

Por isso, Ferreira (1998) assegura que não existe uma tipologia ideal e universal que trate dos agentes sociais inerentes à produção do espaço urbano, pois é a realidade empírica que revelará o número, quais são e como eles atuam; o Estado, porém, faz-se presente em toda e qualquer cidade.

Dentre esses agentes produtores do espaço urbano, há os que atuam especificamente no mercado de imóveis, são chamados de agentes imobiliários, estes se aliam, em momentos específicos, ou ainda, atuam em rede, em conjunto, objetivando atingir seu fim específico: altos lucros sobre o solo construído (RAFFESTIN, 1993).

De acordo com a pesquisa empírica, atuaram no condomínio Farol da Ilha os seguintes agentes imobiliários: a incorporadora Cyrela; O Estado, por meio de bancos estatais e de leis que promoveram operações urbanas, além de bancos privados e das imobiliárias envolvidas na comercialização da habitação Cyrela e Cia (Francisco Rocha, Ronierd Barros e Pereira Feitosa) e a imobiliária do próprio Cyrela.

Para Ribeiro (1997), o mercado imobiliário é constituído destes agentes: o proprietário da terra, o incorporador, o construtor, o financiador e o investidor imobiliário. Possuindo, cada um deles, atribuições e poderes diferenciados no processo de produção do espaço.

As ações desses produtores do espaço, entretanto, não ocorrem de forma isolada, mas por meio de articulações entre agentes que visam atingir objetivos específicos (CARLOS, 2008). A ideia de rede apresentada por Gottdiener (1993), tem o sentido de trama e estaria a serviço de uma reestruturação do espaço. Para Raffestin (1993, p. 156), “rede é um sistema de linhas que desenham tramas”.

Pode-se inferir, a partir desses conceitos, que redes de agentes são articulações locais de agentes que, estrategicamente, atuam sobre a dinâmica da cidade e que estão por trás da apropriação da terra urbana. Quando essas redes conjugam dois ou mais agentes, podem se tornar mais complexas, tanto em seus

interesses quanto em suas ações, envolvendo, por exemplo, uma pluralidade de agentes: incorporadoras, o Estado, agentes financeiros e mesmo os proprietários fundiários, todos em busca de vantagens, sobretudo, quando se trata de espaço urbano residencial verticalizado e de alto padrão.

Gottdiener (1993) também não concebe a atuação de um agente isolado na definição das formas urbanas, mas a articulação e a convergência de interesses provenientes de agentes sociais e hierarquicamente diferentes. Essas redes, portanto, agem estrategicamente sobre os espaços, em diferentes escalas, dando formas diferenciadas ao espaço urbano produzido pela reprodução do capital. É Gottdiener (1993), ainda, quem enumera algumas características dessas redes:

- a) representam coligações entre o setor público e o privado, que se mantêm em escala local por meio da dependência que o espaço urbano tem da ideia de desenvolvimento e modernidade;
- b) não têm composição homogênea de classes. Esta varia de lugar para lugar, podendo até mesmo conceber classes não capitalistas;
- c) as ações são também heterogêneas;
- d) no processo de produção do espaço urbano pode convergir mais de uma rede atuando simultaneamente, objetivando a apropriação do espaço;
- e) a ação dessas redes pode se dar de forma silenciosa, exploratória e corrupta, o que facilita a exploração do espaço urbano e de seu crescimento ordenado ou não.

A atuação das instituições bancárias, nessas redes é muito importante. Assim, hoje, as incorporadoras oferecem ao cliente três formas de financiamento, de acordo com Shimbo (2011):

- a) Direto com a construtora;
- b) Pela Caixa Econômica Federal (CAIXA);
- c) Através de Bancos comerciais.

Em São Luís, no ano de 2004, apenas 40% dos financiamentos eram feitos direto com a construtora; hoje, com a chegada das incorporadoras no Maranhão, a produção se acelerou, mas esse percentual caiu, de forma que os financiamentos bancários (CAIXA e bancos privados) representam 75% das modalidades de venda, o que coloca as instituições bancárias como importantes

agentes imobiliários e por isso, potenciais produtoras do espaço urbano (SINDUSCON-MA, 2009).

O espaço urbano do condomínio Farol da Ilha, na Ponta d'Areia é, portanto, fruto das ações humanas, onde o capital é regido por agentes produtores do espaço, estando esses agentes, inter-relacionados. Essa dinâmica socioespacial do trabalho de incorporação e venda do produto imobiliário esclarece por que as forças do capital não produzem um espaço homogêneo.

#### **4.1 As incorporadoras e suas escalas de atuação**

Os espaços “escolhidos pelo capital” para se reproduzir, ou ainda, o local onde serão construídos os empreendimentos são denominados de escala espacial de atuação das incorporadoras e têm relação direta com o alcance financeiro desses agentes em rede para realização das obras de incorporação, além do estoque de terrenos que dispõem ou mesmo de seu poder para adquirir terrenos em locais valorizados pelo capital ali se reproduzir sob a forma de imóveis, definindo, o tipo de territorialidade que o espaço produzido irá manifestar.

A incorporação imobiliária corresponde ao momento mais desenvolvido da produção capitalista da moradia. A sua emergência é fruto de transformações econômicas no ramo imobiliário e na própria economia como um todo, que criam as condições para o surgimento e autonomização de um capital de circulação que terá o papel de permitir o investimento na produção de moradias. (RIBEIRO, 1997, p. 150).

A escala de atuação do capital imobiliário é mais forte em áreas mais equipadas com infraestrutura adequada, mais bem localizadas e com mais belezas naturais. Geralmente, em função da atuação do capital de grandes incorporadoras, que atuam não somente em escala local, mas na região ou mesmo em outras, ficando a escala de atuação das construtoras menores, restrita a áreas menos equipadas ou mesmo em áreas nobres, mas com empreendimentos menores, entregues num tempo maior que aqueles, frutos do capital global.

Isso ocorre, porque através do capital que possuem, somente as grandes incorporadoras podem escolher os bairros onde querem investir seu capital e fazê-lo ali se reproduzir sob a forma de imóveis de alto padrão, que só poderão ser pagos por uma parcela mínima da população. Portanto, essa divisão entre a escala espacial de atuação de pequenos e grandes empreendedores imobiliários contribui

para alterar o preço do solo construído e excluir das melhores localidades os que não podem pagar por ela, já que os investimentos públicos passam a ser apropriados de forma desigual.

Além disso, essa demanda do capital imobiliário apresenta sua sede por novos espaços, já que para cada fase de expansão imobiliária, novas áreas passam a ser necessárias para o capital se reproduzir. Isso revela, entretanto, a legitimação do poder político do Estado, que através dos Planos de Expansão Urbana, determina os vetores de crescimento, caracterizando, além do uso estratégico, o uso político do território. Foi o que ocorreu em São Luís, pois a partir de quando os terrenos se tornaram escassos no Renascença II, a Avenida dos Holandeses passou a receber investimentos em infraestrutura, que responderam/respondem pelo crescimento imobiliário no local. (BURRETT, 2008).

Uma ressalva: se o capital das pequenas empresas baliza seus limites de atuação, dificultando e até impedindo que realizem empreendimentos em áreas mais caras, onde o valor do metro quadrado não possa ser pago por empreendimentos de baixo padrão de acabamento, por exemplo, o mesmo não ocorre com as grandes incorporadoras, que podem, num momento de estagnação, de retração de sua demanda ou mesmo diante das vantagens ofertadas pelos agentes financiadores, adentrar no espaço de atuação dos pequenos empreendedores habitacionais. (SINDUSCON, 2009).

A atuação das incorporadoras na produção do espaço urbano, portanto, obedece a uma lógica espacial e territorial, fazendo com que suas escalas de atuação incidam em espaços selecionados pelos ensejos do capital se reproduzir em um local e não em outro.

## **4.2 O Grupo Cyrela**

A incorporadora Cyrela foi fundada em 1962, tendo iniciado suas atividades com foco na incorporação de edifícios residenciais e salas comerciais na cidade de São Paulo. De acordo com dados da Cyrela (2009), em menos de 20 anos já havia consolidado sua marca como incorporadora e criou a Cyrela Construtora. Com a expansão do mercado para a construção civil, a Cyrela ultrapassou rapidamente as fronteiras nacionais e passou a atuar também na Argentina.

O crescimento da empresa e a criação de parcerias formaram a *Cyrela Brazil Realty* (Figura 1), um grupo líder de mercado, detentor de uma estabilidade financeira tão diferenciada que a tornou uma das primeiras empresas imobiliárias do país com capital aberto e ações negociadas na bolsa de valores de São Paulo e no exterior.

**Figura 1** - Logomarca da Cyrela Brazil Realty.



Fonte: Cyrela (2009).

Com esse crescimento, em 2000, foi criada a BRC Serviços Ltda. (Figura 2), subsidiária direcionada à administração de edifícios, com o propósito de garantir a gestão profissional de empreendimentos imobiliários, inovando em relação aos serviços oferecidos nos seus empreendimentos.

Através de suas duas bandeiras: *Facilities* e *Classic Home*, a BRC Gestão de Propriedades desenvolveu um modelo de negócio flexível e competitivo no mercado para oferecer soluções que atendessem os mais diversos tipos de necessidades. Juntas ou separadas, elas oferecem uma série de serviços que facilitam a vida de seus clientes. O conceito comum a todos é viabilizar ao condômino conforto no momento de contratar fornecedores que irão prestar serviços como arrumação, *baby sitter*, lavanderia, *personal trainer*, entre muitos outros.

A ideia da empresa é levar um atendimento de hotéis cinco estrelas para dentro do condomínio. Assim, os serviços da BRC Gestão de Propriedades foram concebidos para flexibilizar os custos fixos, maximizar a produtividade dentro de um condomínio e oferecer um balcão de *concierge* especializado em cuidar de necessidades específicas de cada usuário alocado no próprio empreendimento.

Além disso, a empresa BRC Gestão de Propriedades disponibiliza um portal online, com todas as informações do condomínio, guia da região, telefones úteis e também inúmeras opções de serviços de *pay-per-use* (pacotes de faxina e de manutenção), que o cliente só paga se utilizar, tais como: lava-rápido, lavanderia, sapataria, *Office-boy*, *pet care*, entrega de congelados, etc.

É uma empresa pioneira na gestão de serviços condominiais no mercado brasileiro. Atua neste mercado há 10 anos e está presente em mais de 9 estados do Brasil trazendo para empreendimentos residenciais e comerciais grandes lajes corporativas, residenciais clube, residenciais resort, stands, bairros e uma solução inovadora em gestão de empreendimentos.

A empresa BRC Gestão de Propriedades entrou no mercado maranhense em 2010, aqui em São Luís, por ocasião da entrega do condomínio *club* Farol da Ilha. Além desse, a Cyrela (2009) já anuncia a inauguração dos seguintes condomínios, onde a BRC tem atuação prevista:

1. Ilê Saint Louis Exclusif Residence, com gestão prevista ainda para o ano de 2013;
2. Pátio Jardins, com gestão prevista 2014;
3. Jardins de Provence, previsto também para 2014;
4. Jardins de Toscana, previsão para 2014;
5. Jardins de Andaluzia, previsto para 2014;
6. Jardim de Vêneto, previsto para 2014.

Através de marcas *Facilities* e *Classic Home* é possível conceituar a estrutura, a padronização, os processos, a qualidade dos serviços oferecidos e a excelência na arte de servir a todos os clientes dos empreendimentos.

De acordo com Certo e Peter (1993, p. 76), “a missão organizacional é a proposta para a qual a razão pela qual uma organização existe”, já que ela estabelece a meta geral das organizações. Nessa esteira, a missão da BRC Gestão de Propriedades seria a de identificar, desenvolver e promover soluções inovadoras para os negócios imobiliários da Cyrela (CYRELA, 2009).

Chiavenato (2000, p.50), anuncia que a visão “serve para mirar o futuro que se deseja alcançar. A visão é a imagem que a organização define a respeito do seu futuro, ou seja, do que ela pretende ser”. Dessa forma, a visão da BRC Gestão de Propriedades é ser a referência no mercado imobiliário, disseminando padrões de excelência nas soluções para produtos imobiliários (CYRELA, 2009).

Costa (2002), por sua vez, menciona que os valores são características, virtudes e qualidades da organização, tão importantes que devem ser preservados e incentivados, como os ideais e convicções mais marcantes da organização, referência para todas as decisões e possuem relação estreita com filosofias e

princípios. Dessa forma, os valores da empresa BRC Gestão de Propriedades são, de acordo com dados da Cyrela (2009):

- a) Transparência na gestão: atendimento às relações éticas com clientes, fornecedores e comunidade em geral, atuando sob os princípios da responsabilidade social e corporativa;
- b) Inovação: estar um passo à frente no mercado, sempre inovando em tendências tecnológicas, nos processos, na gestão de qualidade e no trabalho com pessoas;
- c) Responsabilidade sócio-ambiental: consciência e responsabilidade envolvendo parceiros, fornecedores, colaboradores e clientes na busca de um ideal sustentável de conservação sócio-ambiental;
- d) Comunicação: a garantia de transparência nas informações, de forma segura e em tempo real, envolvendo todos os clientes e fornecedores;
- e) Gestão de Pessoas: encantar pessoas e obter delas a confiança, o desenvolvimento e crescimento da empresa e de todos os envolvidos;
- f) Objetivos: satisfazer os clientes dispondo de uma ampla gama de produtos e serviços com a finalidade de facilitar e garantir a sua qualidade de vida, oferecendo opções como conforto, segurança e qualidade; buscar o aumento da eficiência operacional.

### **4.3 Os serviços da BRC *Facilities***

A *Facilities* atua em quatro segmentos de serviços especializados, adaptados para cada tipo de empreendimento: *Facilities Home*; *Facilities Office*; *Facilities Business* e *Facilities Resorts*.

Os serviços da *Facilities* vão além da limpeza e conservação das áreas comuns, atingindo prestação de serviços diferenciados aos moradores. O responsável pela gestão desses serviços é o *conciERGE*, profissional com formação superior e experiência no ramo hoteleiro, especializado em cuidar de necessidades específicas de cada usuário, como por exemplo: chamar um táxi, recepcionar os convidados de uma festa, encomendar flores, reservar restaurantes, entre outros (Quadro 1).

O ônus dos serviços básicos está incluso na taxa de condomínio. Os demais podem ser solicitados por telefone ou agendados pela internet e pagos à

parte através de boleto, num sistema denominado *pay-per-use*. O diferencial entre a atuação dessa empresa, em comparação a outras de origem local, não está somente pelo pacote de serviços oferecidos, mas pelos menores custos. Em entrevista, a atual gerente *concierge* do condomínio Farol da Ilha, que preferiu não se identificar, relata que por sua grande experiência em gestão, a *Facilities* gerencia os gastos de forma que a taxa de condomínio é mais baixa do que a média do mercado.

Os serviços da *Facilities Home* são direcionados aos moradores.

**Quadro 1** - Serviços *Facilities Home*

Serviços básicos	Serviços <i>pay-per-use</i>
Central de limpeza;	Aula de ginástica;
Central de Manutenção;	Aula de idiomas;
<i>Concierge</i> ;	Acupuntura;
<i>Courier</i> <sup>4</sup> ;	Adestrador;
<i>Help desk</i> <sup>5</sup> ;	Agência de viagens;
Manutenção de paisagismo;	Arquitetura de interiores;
Recepção;	Azulejista;
Segurança 24h;	<i>Baby-sitter</i> ;
Portal de serviços do seu condomínio	Banho de tosa de animais; Chaveiro;
Solicitação de táxi;	Conserto de roupas;
Gestão patrimonial	Organização de festas e eventos;
Manutenção básica (o primeiro atendimento é a avaliação da ocorrência)	Pacotes personalizados de limpeza do apartamento;
Arrumação básica (consiste na higienização de pia e vaso sanitário, arrumação de todas as camas e retirada de todos os lixos. Ocorre diariamente, exceto aos domingos);	Outros serviços como: Curso de vinhos; Marceneiro; Massagista; Orientação nutricional; Serviços de lavanderia; <i>Personal trainer</i> ; Salão de beleza em domicílio; Refeições congeladas; Fornecimento de água mineral; Coordenador de lazer e <i>fitness</i> ;

Fonte: Cyrela (2013).

Os serviços do *Facilities Office*, por sua vez, visam atender às demandas profissionais dos usuários e seus clientes, com segurança e tecnologia, maximizando os resultados. O conceito inovador de *Facilities Office* oferece uma gama de opções de serviços básicos e *pay-per-use* que trazem mais tranquilidade e

<sup>4</sup> Courier – Seu papel é fazer com que as encomendas e correspondências cheguem ao morador em tempo hábil.

<sup>5</sup> Help Desk – Profissional que controla questões administrativas e financeiras.



valorização do patrimônio para o lugar onde se trabalha e convive a maior parte do tempo. São eles (Quadro 2):

**Quadro 2** - Serviços *Facilities Office*

Serviços básicos	Serviços <i>pey-per-use</i>
Central de limpeza; Central de Manutenção; <i>Concierge</i> ; <i>Help desk</i> ; Segurança 24h; Central de atendimento; Controle de acesso 24 horas; Manutenção de paisagismo; Conservação patrimonial; Portal de serviços do seu condomínio; Gestão patrimonial (administração da unidade para locação).	Pacotes de limpeza para o escritório; Limpeza de vidros; Serviços de lavanderia; Organização de reuniões e eventos; <i>Buffet</i> ; <i>Courier</i> ; Manutenção elétrica e civil; Reparo de computadores; Serviços de tradução; Segurança VIP; Motoboy; Xerox; Gráfica;

Fonte: Cyrela (2013).

A marca *Facilities Business* tem uma gestão versátil e visa atingir a excelência nos serviços de operação e gestão de empreendimentos do segmento de grandes lajes corporativas e de alto padrão. Em empreendimentos inteligentes e que demandam elevado grau de tecnologia, o conceito *Facilities Business* agrega valor aos condomínios e às empresas locadas nos edifícios sob sua marca, à medida que confere benefícios como serviços corporativos e pessoais, criando comodidade e conforto no ambiente de trabalho.

A *Facilities Business* desenvolveu um módulo de gestão de serviços para usuários dos empreendimentos (*Facilities Private*). Além do atendimento às necessidades corporativas (*Facilities Management*). A *Facilities Business* desenvolveu ainda, um leque de serviços para usuários das empresas locadas em seus empreendimentos, o *Facilities Private* é a ferramenta que pode integrar escritório-casa, casa-escritório do executivo moderno, que necessita de agilidade e segurança.

A *Facilities Resort* cria ambientes agradáveis, harmonizando conforto, natureza e serviços. Baseado em tecnologia e uma operação versátil, a marca desenvolveu um modelo de gestão que atende às necessidades de quem quer estar

junto à natureza, mas, com a opção de desfrutar do conforto e serviços existentes nas grandes capitais. A Marca *Facilities Resort* faz a gestão profissional de empreendimentos temáticos de lazer, que contam com infraestrutura e facilidade de serviços (Quadro 3).

**Quadro 3** - Serviços *Facilities Resort*

Serviços básicos	Serviços <i>pey-per-use</i>
Conciiergeira; Arrumação básica (consiste na higienização de pia e vaso sanitário, arrumação de todas as camas e retirada de todos os lixos. Ocorre diariamente, exceto aos domingos); Manutenção básica (o primeiro atendimento é a avaliação da ocorrência; consiste também na troca de lâmpadas e desentupimento de privadas); Central de atendimento 24h; Gestão patrimonial (consiste na administração da unidade para locação); Coordenador de lazer e <i>fitness</i> ; <i>Help desk</i> ; Central de limpeza; Central de manutenção; <i>Beach service</i> (consiste em atender os clientes diretamente da praia); Segurança 24 horas; Manutenção de paisagismo; Conservação patrimonial; Portal de serviços do seu condomínio (consiste em um site exclusivo para solicitar os serviços, falar com o <i>conciierge</i> ou agendar um espaço).	Pacotes personalizados de limpeza; Serviços de lavanderia; <i>Personal trainer</i> ; Organização de festas e eventos; <i>Pet care</i> <sup>6</sup> ; <i>Baby-sitter</i> ; Salão e beleza em domicílio; Massagem; Refeições congeladas; Fornecimento de água mineral; Manutenção elétrica e civil; Reparo de computadores; Conserto de bicicletas; Aulas e reforço escolar; Mecânica de automóveis e lava-rápido.

Fonte: Cyrela (2013).

O que se observou no condomínio Farol da Ilha, durante visitas e entrevistas foi a presença da gestão hoteleira, com serviço de *conciierge*, desenvolvida pela *Facility Home*, até fevereiro de 2013. Na visita feita em março,

<sup>6</sup> *Pet care* – cuidado com animais de estimação; transporte para pet shop; banho; tosa e entrega do animal no apartamento. (CYRELA, 2013).

observou-se que houve a terceirização do serviço, com a contratação de uma empresa local, administradora de condomínios, que buscou a gerência em um profissional de hotelaria (de São Luís) no próprio quadro de funcionários Cyrela, mas manteve no condomínio a presença de outros profissionais da BRC (com experiência de outros estados), como secretários e mesmo, de um síndico para resolver questões contábeis e jurídicas.

Como o compromisso da Cyrela, em gerir o condomínio de seus imóveis é previsto para um período de cinco anos, quando há previsão de venda das unidades de estoque; restando, agora em 2013, dois anos para findar esse prazo e estando o estoque em fase final de comercialização, compreende-se a estratégia da Cyrela, de ir, aos poucos, retirando-se do empreendimento, substituindo sua gestão de *concierge* padrão por outra, de empresas locais e diminuindo sua relação com os clientes.

## 5 CONDOMÍNIOS FECHADOS: PANORAMA CONCEITUAL E HISTÓRICO

Este capítulo compromete-se com o desenvolvimento de um panorama histórico conceitual acerca dos condomínios fechados. Por isso, inicia-se este texto com o esforço de uma advertência ante à necessidade de se conceituar condomínio, visto que esta pesquisa tem seu enfoque sobre a produção do espaço urbano de uma realidade física, que é o condomínio fechado, do tipo *club* e com gestão hoteleira, Farol da Ilha, mas o termo condomínio é, em verdade, usado para designar uma realidade jurídica (a origem do termo é latina e significa domínio conjunto) e não uma realidade físico-espacial. É provável, portanto, que a utilização do termo condomínio ocorra devido à inexistência de outro para designar esse produto do capital. (CALDEIRA, 2003).

### 5.1 Panorama conceitual dos condomínios fechados

Todo condomínio é uma figura jurídica de direito privado, regulamentada sob a Lei Federal n. 4.591/64, que dispõe sobre condomínio em edificações e das incorporações. É, por lei, espaço de utilização restrito aos condôminos (SOUZA, 2003). De fato, quando se menciona a palavra condomínio, o que se sugere é a prioridade do que é comum sobre o que é individual, conforme a significação literal do termo, não havendo, mesmo a necessidade de se acrescentar o termo fechado, que nesse contexto, beira a redundância. Condomínio fechado é, portanto:

um conjunto de moradias sob a forma de residências unifamiliares ou apartamentos, podendo ou não, haver comércios e serviços, de uso restrito e privado de seus condôminos. Possuem como característica físico-espacial comum a todos, básica e primordial por sua definição, a presença de barreiras físicas que os circundam, além de acesso único e restrito, geralmente vigiado por guardas e controlados por sistemas de segurança. (SILVA, 2012, p. 34).

Ressalte-se que há diferentes formas de condomínios, embora a presente intenção recaia sobre os condomínios fechados do tipo *club*, categoria na qual se inclui o Farol da Ilha, objeto de estudo desta dissertação. Por isso, no estudo de condomínios, a observação e o entendimento da forma é imprescindível para que se definam os tipos e as funções que eles podem agregar. Santos (1985, p. 50) afirma que “Forma é o aspecto visível de uma coisa. Refere-se, ademais, ao

arranjo ordenado de objetos, a um padrão”. Já a função está ligada à atividade que cada forma pode desempenhar, pois “[...] a função está ligada diretamente à forma.” (SANTOS, 1985, p. 51).

Quanto a essa relação entre forma e função, os condomínios da atualidade podem agregar muitas funções: a produção (no caso dos condomínios industriais), o armazenamento de bens e mercadorias (condomínios industriais) ou ainda, a prestação de serviços e o funcionamento da gestão e do comando, através da presença de empresas gestoras ou mesmo do gerente *concierge*, como ocorre com a gestão da Cyrela no condomínio Farol da Ilha, objeto de estudo desta dissertação.

Trata-se de uma novidade no mercado de imóveis de São Luís, embora já faça parte do mercado imobiliário em escalas maiores. O modelo *club* com gestão de *concierge* é um tipo específico de condomínio vertical que se apresentou em São Luís, a partir do Farol da Ilha, como um atrativo, uma novidade, que vem ganhando a preferência daqueles que podem pagar pelos seus custos e optam por esse tipo de moradia, ainda que outras formas de se habitar a cidade não tenham deixado de existir: casas em bairros residenciais, condomínios horizontais, condomínios verticais (dos mais diversos padrões econômicos), casas nos bairros periféricos, quitinetes, sítios, chácaras, palafitas, moradias precárias ou mesmo os atuais apartamentos em condomínios do programa Minha Casa Minha Vida.

Sobre a atualidade do modelo *club* do condomínio Farol da Ilha, ela não ocorre apenas pelas evidências temporais de seu ano de lançamento (2008) e entrega (2010) em São Luís, mas também pela avaliação técnica utilizada no empreendimento, na condição de materialidade histórica.

Como resultado da construção desses condomínios pode-se destacar a lógica da obtenção ou ampliação da renda imobiliária ou fundiária, que é a verdadeira intenção dos agentes promotores imobiliários envolvidos na produção do espaço urbano do tipo condomínio *club*, com gestão hoteleira (CARLOS, 2008).

O modelo de produção do espaço a partir da habitação por planos horizontais (condomínios horizontais) ou verticais (condomínios verticais) abriu um vasto campo para que o condomínio sofresse uma valorização enquanto instituição capaz de normatizar a vida cotidiana.

Segundo Medina (1981, p. 161), “ao falarmos do condomínio estamos falando de um processo permanente de relacionamento entre pessoas e que se ordena e se institucionaliza para atingir determinados objetivos de interesse comum.”

Vaz (2002) defende que o cerne da habitação coletiva residiria na ideia de indivíduos partilhando elementos da moradia. Entretanto, ao imprimir uma análise dos termos coletivo e apartamento, é também esta autora quem conclui haver, no próprio conceito dos termos, uma antítese, já que a palavra coletivo aponta para a reunião, o agrupamento, enquanto o termo apartamento relaciona-se com divisão, isolamento. De forma que, nos condomínios, dá-se a manifestação dessa dupla característica: o isolamento e a socialização, pois a unidade habitacional, o apartamento, à medida que limita o usuário, isola-o e à medida que proporciona áreas comuns de utilização/compartilhamento de áreas e serviços, congrega.

Como realidade física, os *gated communities* ou condomínios fechados surgem nos Estados Unidos, na década de 50 do século XX, quando as pessoas passaram a adquirir casas no entorno da cidade para segunda residência. No Brasil, entretanto, sua origem data-se da década de 1970, mas só ocorre a intensificação na produção desses espaços habitacionais a partir da década de 1980, havendo mesmo, a consolidação desse tipo de moradia, somente na década de 1990 (SILVA, 2012), pois para fugir dos problemas causados pelo crescimento acelerado das cidades, muitas pessoas, principalmente aquelas com renda mais elevada, procuram por moradias mais afastadas desses centros, com o desejo de contar com mais segurança e conviver mais próximos às áreas verdes. Surgem assim, os condomínios residenciais, uma nova proposta de se morar; vende-se agora um novo estilo de vida, mais saudável, em contato com a natureza, com conforto e a segurança pretendida. Tal fato pode ser observado em várias cidades. (ARAÚJO, 2007).

## **5.2 Panorama histórico dos condomínios fechados em São Luís**

São Luís passa a manifestar aspectos de modernização arquitetônica em suas habitações a partir de meados do século XX, com a construção do edifício Caiçara, situado na Rua Grande, embora os próprios casarões históricos de dois pavimentos possam ser considerados os precursores do fenômeno da verticalização, como aponta Silva (2012). É, contudo, a partir da década de 70 do

século XX, com a construção das pontes do Caratatiua e do São Francisco, que a cidade se expande em direção às praias. A partir daí, tem-se um elo entre a São Luís antiga, dos casarões históricos e a cidade nova, antes segregada pelo Rio Anil (BURNETT, 2008).

De 1990 até 2010, São Luís sofre de uma intensa pressão imobiliária e o solo urbano, passa, cada vez mais a configurar-se como mercadoria do capital. Por isso, nessa época, a cidade é reconfigurada pelo capital imobiliário e tem-se a construção de condomínios fechados horizontais e verticais como uma novidade que promete segurança e lazer, mas que, em verdade, potencializa a segregação do espaço, à medida que exclui desse processo, quem não pode pagar por esse tipo de moradia.

No bairro do Olho d'Água verifica-se, atualmente, um número considerável de condomínios horizontais fechados, cuja construção se inicia a partir da década de 1990. Na análise de Silva (2012, p. 38):

o ato de morar, para os grupos de alta e média renda e até mesmo para os grupos de menor renda econômica, está ligado à questão do status adquirido como garantia de igualdade, mesmo que a igualdade econômica não seja verdadeira entre os indivíduos.

Entretanto, é também na década de 1990 que a verticalização consolida-se em São Luís. De acordo com Ferreira e Silva (2005), a dinâmica da produção do espaço urbano de São Luís, cuja verticalização avança a partir de 1980, aponta vetores de crescimento para áreas localizadas no setor Norte, o “Novo Polo Urbano”, como o bairro da Ponta d’Areia, onde a tecnologia de construção é mais sofisticada, com prédios de mais de dez pavimentos e onde a área de lazer é tão importante na constituição do valor final do imóvel, quanto às áreas comuns ou a unidade habitacional.

A verticalização é, conceitualmente a criação de novos solos, sobrepostos, funcionais para moradia ou trabalho, que no contexto capitalista, permite maiores lucros por meio da valorização da terra (GIMÉNEZ, 2007). É uma espécie de desdobramento da base fundiária da terra (SPOSITO, 1991). É uma das principais modalidades de apropriação do espaço urbano nas grandes cidades do mundo e do Brasil, pois representa um tipo de habitação, ainda que no discurso midiático que veicula a ideologia da modernidade.

Para Santos (2012, p. 120), “A verticalização da Ponta d’Areia [...] vincula-se ao fato do setor Norte de São Luís ser bem mais servido por equipamentos urbanos, bem como por concentrar uma população com mais poder econômico”.

Na opinião de Santos (2010), contribuem para o processo de verticalização que se consolida em São Luís a partir de 1990, o aumento da pressão demográfica, em virtude dos grandes projetos industriais instalados no Maranhão: CVRD e ALUMAR, que atraíram mão de obra especializada, composta por profissionais já familiarizados com o tipo de habitação vertical e multifamiliar do Sul e Sudeste do Brasil. Observa-se que a população do município de São Luís, que, em 1991, era de 695.199 passou para 837.584 em 2000 e 995.600 em 2010, de acordo com dados da Tabela 1.

**Tabela 1** – Acréscimo populacional em São Luís

<b>Censo</b>	<b>Total</b>	<b>Urbano</b>	<b>Rural</b>
1991	695.199	655.655	39.544
2000	870.028	837.584	32.444
2010	1.011.943	955.600	56.343

Fonte: IBGE (1991, 2000, 2010); Silva (2012).

Esse crescimento populacional reflete a pressão demográfica causada pelos grandes projetos CVRD e ALUMAR, que fizeram da Ilha do Maranhão, um polo atrativo de mão de obra também, provocam problemas de habitação.

### **5.3 Tipologia de condomínios fechados em São Luís**

Pode-se classificar os condomínios, de acordo com o tipo de sua arquitetura. Comumente, estes podem ser horizontais, no caso de haver somente habitações unifamiliares e verticais, se houver edifícios de apartamentos, mas há muitos outros tipos, como os condomínios industriais, por exemplo. Em São Luís destacam-se os seguintes tipos de condomínios, horizontal e vertical (Quadro 4):



**Quadro 4** – Tipos de condomínios fechados em São Luís, em 2008

Tipos de condomínios	Tipos de uso	Tipologia habitacional	Porte	Classes
Horizontal	Residências	Casas	Pequeno e médio	Alta e média
Vertical	Residências	Apartamentos	Pequeno médio e grande	Alta e Média

Fonte: Silva (2012).

Nesse contexto, o condomínio Farol da Ilha, implantado em São Luís em 2008 e entregue em 2010, trouxe um novo conceito para o mercado local, posto que esse modelo já existia nos centros urbanos do país e mesmo em outros países. A nova estratégia é que, além dos itens de segurança e lazer encontrados em condomínios fechados, houve uma ampliação destes. No Farol, por exemplo, pode-se fazer massagem, tomar banho de ofurô, ser atendido no salão de beleza, fazer academia com *personal treinner*, entregar roupa em posto de lavanderia no condomínio ou praticar idiomas em escola implantada lá dentro (CYRELA, 2009).

Os benefícios não param por aí, os condomínios fechados no padrão *club* com gestão de *conciierge* oferecem prestação de serviços com status de hotelaria, o que gera maior conforto ao proprietário do imóvel e menor necessidade de interagir com a cidade, de caminhar por suas ruas e conseqüentemente, de se reconhecer como parte de uma coletividade maior, que aquela micro, com a qual convive no interior dos condomínios *club*.

Diante da crescente violência urbana e do descaso público para com a cidade, morar em condomínios, hoje, é um comportamento que vem se tornando tendência no Brasil e em São Luís, nos últimos anos. De acordo com a Napolitano, Meyer e Stefano (2012) o *boom* imobiliário, os apelos da mídia e as facilidades de financiamento são elementos que impulsionaram os maranhenses a buscar uma melhor qualidade de vida, optando por morar em condomínios bem equipados para o lazer e para a vida comunitária. Esse aumento nos padrões de moradia é visto com bons olhos para muitas empresas de serviços, como imobiliárias, lojas de decoração, de material de construção, e o mais recente, para o profissional da hotelaria.

A sofisticação dos empreendimentos também impressiona. As construtoras estão investindo maciçamente na comodidade dos seus clientes, e dessa maneira são muitos os serviços que estão disponíveis nestes empreendimentos que se despontam em São Luís.

A nova tendência dos condomínios é oferecer serviços opcionais, ou seja, desvinculados da taxa condominial. Para a *conciierge* do condomínio Farol da Ilha, esse tipo de serviço veio para ficar nos empreendimentos voltados principalmente para jovens, solteiros e famílias pequenas. O maior atrativo não é o preço, mas a praticidade de desfrutar em casa de serviços que fará com que o cliente tenha mais tempo, conforto e qualidade de vida. Barbosa (2004) afirma que apesar da complexidade do processo de verticalização nas cidades, o fenômeno adquiriu, em meados do século XX, proporções mundiais, sendo que em cada país foi adquirindo especificidades próprias.

Esses empreendimentos valorizam a ideia de vizinhança homogênea em bairros fechados, que na maioria das vezes, localizam-se em corredores de luxo na periferia. O modelo brasileiro de produção de condomínios possui especificidades próprias, como o isolamento e a implantação da segurança privada, além de contemplar a produção de espaços de consumo próprios (BARBOSA, 2004).

A maior tendência dos últimos anos, em se tratando de moradia, são os condomínios verticais *club*. Estes, muitas vezes, têm grandes dimensões, apresentando-se quase como pequenas cidades. Podem abrigar muitas torres e até lojas comerciais. Mas seu diferencial está nos itens de lazer e facilidades. Geralmente, uma lista quase infinita de opções para os condôminos se entreterem nas áreas comuns. (CYRELA, 2009).

Então, quando se questiona a diferença entre unidades habitacionais em condomínios fechados e as habitações convencionais, o que está em causa é o *amenity package* (pacote de vantagens) oferecido pelo mercado, o qual, normalmente ausente nas habitações unifamiliares, pode, no caso dos condomínios fechados incluir os mais variados elementos, agregando ao imóvel, itens de segurança, lazer e conforto, que o elevam à categoria *club* e fazem do condomínio, um “lugar perfeito para se viver”. (CYRELA, 2009).

Apesar de tanta mídia em prol, os condomínios *club* também têm muitos elementos negativos, principalmente quando o assunto é dividir a tomada de decisão da sua vida em condomínio com muitas outras unidades habitacionais. Geralmente, a administração desse tipo de condomínios é feita por um síndico, assessorado por um gerente predial, assistentes administrativos e a administradora de condomínio. Quando as torres são muitas, o usual é que cada uma tenha o seu próprio subsíndico. É ele quem resolve as pequenas pendências referentes àquele local.

O papel da administradora também é preponderante. Como se trata de manter diversos itens funcionando em ótimo estado, com a manutenção em dia, é fundamental que a administradora escolhida tenha experiência com outros clientes do mesmo segmento. Dependendo da demanda de clientes, pode ser que a equipe de atendimento seja até três vezes maior que o necessário em um condomínio comum. (CYRELA, 2012).

Com tantos itens específicos a serem cuidados em um local desse porte, o natural é que a mão de obra contratada também seja especializada. Isso pode gerar um custo mais elevado, mas irá se converter em um local bem cuidado e com manutenção sempre em dia. (CYRELA, 2012).

Os contratos com empresas terceirizadas também devem seguir um padrão que seja o esperado pelo condomínio. Empresas de manutenção de piscina e portões, por exemplo, além da que cuida dos elevadores, deve ter atendimento 24 horas, sete dias por semana.

Em se tratando de serviços, um condomínio *club* pode ter diversos profissionais terceirizados. Pode ser desde os professores de educação física, que dão aula como *personal trainer*, passando por recreadores e até por esteticistas e cabeleireiros, que usam os locais como salão de beleza para oferecer seus serviços. Manter ativas e em ordem, as diferentes áreas de lazer, como espaço *gourmet*, brinquedoteca, sala de música, quadras, academias, entre outros, também é um desafio. Por isso, promover encontros, palestras, eventos, celebrar datas comemorativas são ações importantes nesse tipo de empreendimento. Isso pode ser feito através da contratação de profissionais especializados, como *concierge*. (CYRELA, 2012).

## **6 HISTÓRIA DA OCUPAÇÃO DA PONTA D'AREIA: DO ESPAÇO OPACO AO ESPAÇO LUMINOSO**

Neste capítulo demonstra-se como ocorreu o processo de ocupação da Ponta d'Areia e como esta passou de um espaço opaco a um espaço luminoso. Nesse sentido, escolhido pelo capital, para ali se reproduzir, à medida que também produz esse mesmo espaço.

Espaços luminosos são aqueles que mais acumulam densidades técnicas e informacionais, ficando assim, mais aptos a atrair atividades com maior conteúdo em capital, tecnologia e organização. Por oposição, os subespaços onde tais características estão ausentes seriam os espaços opacos. (SANTOS; SILVEIRA, 2012, p. 264).

Assim, fez-se uma retomada da história da ocupação da Ponta d'Areia e do seu entorno. Histórico esse, indispensável para que se compreenda as transformações espaciais ali ocorridas, relacionando com os conceitos de espaço opaco e espaço luminoso propostos por Santos e Silveira (2012).

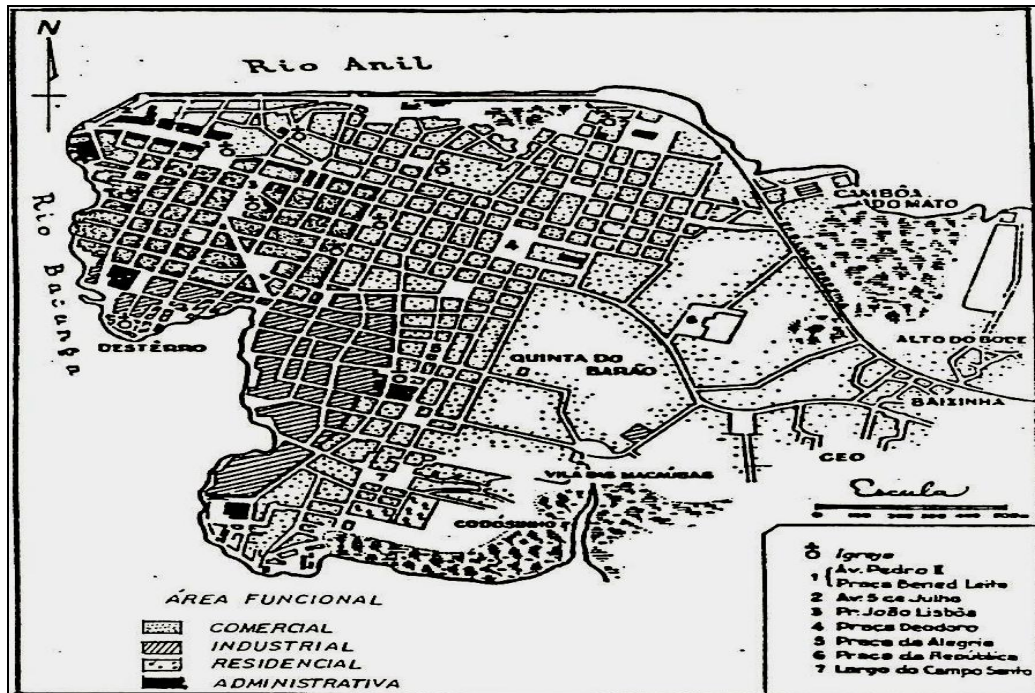
### **6.1 A Ponta d'Areia antiga: um espaço opaco**

Conforme Ferreira (2013), o processo de produção do espaço urbano em São Luís refletiu-se no ritmo da incorporação de novas áreas, que nos primeiros dois períodos (1612-1875 e 1876-1950) caracterizou-se por apresentar forma de ocupação linear e lenta. Linear, devido ao fato do crescimento horizontal ter-se desenvolvido com base no Corredor Centro-Anil, acompanhando o divisor de águas dos rios Anil e Bacanga e não se dispôr de ações e estratégias em que tanto o Estado quanto os demais agentes sociais viabilizassem a transposição dos mesmos, e assim, pudessem alcançar (incorporar) mais facilmente os setores Norte e Oeste do município (FERREIRA, 2013).

Em se tratando do aspecto lento, este reside no fato de que para uma superfície municipal total de 834,780 km<sup>2</sup>, em 338 anos (1612-1950), a área ocupada correspondeu a apenas 7,17 km<sup>2</sup> ou 1,22% sobre as terras emersas 584,94 km<sup>2</sup>, mesmo que a população estivesse evoluindo (no período de 68 anos, registrou-se um incremento de 52.617 novos indivíduos ou crescimento de 166,49%, uma vez que a população passou de 31.604 pessoas em 1872 para 84.221 habitantes, em

1940) e equivalesse a 119.785 pessoas, em 1950. Some-se a isso, que a Lei Municipal n. 171, de 03 de março de 1950, estabeleceu os limites das "zonas urbana, suburbana e rural dos distritos administrativos de São Luís e Anil"; assim, somente o distrito do Anil possuía zona rural, já que o de São Luís não podia tê-la devido à "exiguidade de seu território" (Figura 3). (FERREIRA, 1999).

Figura 2 - Cidade de São Luís em 1951.



Fonte: Azevedo (1950/51).

A referida lentidão e linearidade mudam, segundo Ferreira (1999), no fim da década de 1970, visto que o Estado enfatizou sua ação atinente aos meios de circulação materiais, o que viabilizou a reprodução do espaço urbano de então, via incorporação de novas áreas; isso, devido às estratégias que, na prática, revelam-se enquanto fatores de crescimento e (re) valorização do espaço geográfico a ser aqui enfatizado por intermédio da construção de duas pontes sobre o rio Anil, isto é, da Ponte Governador José Sarney e da Ponte Governador Newton Bello - 1969/1970, as quais facilitaram o acesso e a expansão aos setores Norte/Nordeste.

A primeira possibilitou a ligação dessa cidade (hoje, Centro Histórico) com o São Francisco e daí para a faixa de praias compreendida entre a Ponta d'Areia e o Calhau, enquanto a segunda ponte permitiu chegar-se mais rápido às praias do Olho d'Água e Araçagi. Assim,

a construção de tais pontes significou maiores possibilidades de se materializar a reprodução do espaço urbano e do capital, haja vista a

valorização das terras localizadas nos mencionados setores, o que tornou bastante oportuno o investimento público (principalmente) e privado em novas vias de acesso, assim como em demais equipamentos. Daí, a população que antes residia no Centro Histórico, revelar a intenção em sair do mesmo e localizar-se nos referidos setores. Logo, se estabeleceram as condições para a atuação de agentes sociais, notadamente os *proprietários de terra* (Maçonaria e Município) que se beneficiariam da "conversão da terra rural em terra urbana" (CORRÊA, 1989, p. 16) tendo em vista que a Lei Municipal n. 171/50 considerava os setores em análise como pertencentes à zona rural. (FERREIRA, 2013, p. 33-34).

Esse contexto implica que até a década de 1970, a atividade imobiliária, em São Luís era basicamente rentista e o uso do solo obedecia a uma lógica espacial que agregava maior valor aos imóveis do centro.

Convém ressaltar que:

em São Luís, até 1974 o processo de verticalização era incipiente (seis prédios) e pontual (Centro Histórico). A partir de 1980, o Estado passou a investir no mesmo, indicando a modernidade, mais precisamente nas áreas do Bequimão/Maranhão Novo, COHAMA e Forquilha (Ferreira, 1999). Convém ressaltar que em 1992, o SINDUSCON através de um grande lobby na Câmara de Vereadores se articulou e conseguiu aumentar o gabarito dos edifícios de 08 para até 15 pavimentos. Esse incremento foi sendo gradativo, pois até 1981 eram permitidos apenas 07 pavimentos. (FERREIRA; SILVA, 2005, p. 6).

A Ponta d'Areia, nas décadas de 1950 a 1960 era, por suas características, um espaço opaco, sendo habitada por pescadores, que trabalhavam no transporte de pessoas, quando estas precisavam atravessar o rio Anil e se deslocar para onde hoje é o bairro do São Francisco ou mesmo Ponta d'Areia.

Entre 1965 e 1970, o Maranhão era administrado pelo governador José Sarney e o município estava sob a gerência de Haroldo Tavares, que assumiu a prefeitura em 1970, permanecendo até 1975.

Com objetivo de estabelecer uma política adequada para o uso da terra, o Plano Diretor de 1974 contou com as diretrizes já estabelecidas em 1958, no Plano de Expansão da Cidade de São Luís. Este, previa a expansão urbana pela criação de novos bairros, avenidas e ruas. Também já constava nesse Plano a criação do Anel Viário e a urbanização dos bairros do São Francisco e Ponta d'Areia (Figura 4).



**Figura 3** - Vista aérea da Ponta d'Areia na década de 1974.



Fonte: São Luís (1977).

Dessa forma, em 1975, a prefeitura de São Luís aterrou parte do então, Igarapé da Jansen, formando o que hoje conhecemos como Lagoa da Jansen, geograficamente, Laguna da Jansen, para construir a Avenida Maestro João Nunes (popularmente, avenida Ana Jansen), que ligou o São Francisco à orla marítima.

Foi essa obra de infraestrutura que facilitou o acesso da população à praia da Ponta d'Areia, que passou a ser muito mais próxima do centro histórico de São Luís (somente 4 Km), que a praia do Olho d'Água, mais frequentada até então e que ficava a 10 km de distância. Essa proximidade com o centro foi o que determinou a intenção do Plano Diretor de 1974, de transformar a Ponta d'Areia em polo turístico e residencial de classe econômica alta.

Além da facilidade de acesso às praias, a Avenida Maestro João Nunes trouxe a possibilidade de acesso aos terrenos do entorno da praia da Ponta d'Areia, considerados área nobre. Assim, no final da década de 1970 e início de 1980 surgiram, no entorno da Laguna da Jansen, alguns loteamentos para a classe média. Foram eles: bairro do São Francisco, Renascença I e II e Ponta do Farol.

Na década de 1980 já havia um adensamento populacional nesses bairros. Foi quando o bairro do São Francisco cresceu comercialmente, tornando-se uma espécie de centro gerador de pequenos serviços para pedreiros, marceneiros,

eletricistas, profissionais domésticos e comerciários, que no ensejo de morar perto do trabalho, passaram a invadir as áreas abaixo da Ponte do São Francisco ou próximas ao mangue, o que provocou, no entorno desses bairros, o crescimento de outros, habitados por pessoas com menor poder aquisitivo, a exemplo da Ilhinha.

Esse crescimento urbano desordenado acumulou muitos problemas em torno da Laguna da Jansen, pois além das invasões, houve muito desmatamento para construção de moradias precárias, além de palafitas, para abrigar a população pobre que sobrevivia principalmente da pesca.

O Plano Diretor de 1974 foi alterado em 1981 (SÃO LUÍS, 1981), visando melhor orientar o desenvolvimento urbano; diminuir conflitos entre áreas residenciais e atividades econômicas ou sociais. Ainda assim, a Laguna da Jansen continuou abandonada e mal utilizada pela Companhia de Águas e Esgotos do Maranhão (CAEMA), com forte odor e um avançado grau de poluição, de difícil reversão.

Então, em 1991, por iniciativa e colaboração da Secretaria de Estado do Meio Ambiente (SEMATUR) foi feito um estudo multidisciplinar com a participação da Prefeitura Municipal de São Luís, da Companhia de Águas e Esgotos do Maranhão, da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e da Sociedade de Melhoramentos e Urbanismo da Capital (SURCAP). O objetivo era solucionar os problemas ambientais (proliferação de algas) e sociais da Laguna da Jansen (a proliferação das palafitas).

Como resultado desse empenho, houve remanejamento de 500 a 600 famílias palafitadas para duas áreas próximas doada pela SURCAP, foram retiradas as palafitas da lâmina d'água e parte das obras (o manejo hidráulico e esgotos sanitários) previstas para acabar com o mal cheiro da Laguna foi concluída, o que não resolveu o problema do mal cheiro.

O Plano Diretor de 1992, terceiro de São Luís, alterou novamente a Lei de Zoneamento, Parcelamento, Uso e Ocupação do Solo (Lei Municipal n. 3.253, de 1992) e dividiu as áreas do entorno da Laguna em três zonas: Zona Turística 2 (ZT-2), as quadras voltadas para a Baía de São Marcos; Zona Residencial 2 (ZIS-2), as quadras voltadas para o Igarapé da Jansen e a Zona de Proteção Ambiental (ZPA-2), que compreende praias, o mangue e a extremidade da Ponta d'Areia (SÃO LUÍS, 1992).

Diante desse quadro, em 1995 houve muita pressão social para que a Lagoa fosse aterrada. A prefeitura chegou a loteá-la, mas a população reagiu e com



apoio da Universidade Federal do Maranhão, bem como do próprio Estado, então, decidiu-se pela transformação da Laguna da Jansen em área de lazer, de pesca artesanal e turismo, o que só se tornou oficial com a aprovação do projeto de Lei n. 037/88.<sup>7</sup> (O ESTADO DO MARANHÃO, 1988, p.1).

A Ponta d'Areia tornou-se, assim, atrativa para o capital comercial/imobiliário e passou a receber investimentos muito altos em infraestrutura, resultando numa gradativa valorização imobiliária dos terrenos próximos à Laguna, que passou a receber empreendimentos de alto padrão e se verticalizou, passando, de um espaço opaco a um espaço luminoso. (Figura 5).

**Figura 4** - Imagem da Laguna da Jansen depois das obras de beneficiamento



Fonte: SENGE-MA (2012, p.19).

## **6.2 A Ponta d'Areia atual: um espaço luminoso**

Partindo da história de ocupação da Ponta d'Areia, disposta na seção anterior, nota-se que foi a partir de 1990 que teve início o processo de verticalização, ainda que contrariando-se o regimento da Lei Orgânica de São Luís (Capítulo IV, Seção IV, art. 181, parágrafo 2 e também o artigo 189) que proíbe a construção sobre dunas, restingas, manguezais ou adjacências, que impeçam ou dificultem o livre acesso às praias, em distância de até 500m das marés de sizíguas.

Nesse sentido, a expansão da cidade de São Luís fez com que o capital imobiliário se diversificasse, apropriando-se do solo urbano e impondo uma forma

<sup>7</sup> Esse projeto contemplou a preservação da Laguna e das áreas de mangues existentes, disciplinou o lançamento de efluentes na área. O uso público para lazer e esporte só passou a ser possível dentro dos limites fixados pelo poder público.

predadora de uso, elegendo certas áreas para implantar investimentos, dotando então, o solo urbano da Ponta d'Areia, de novos valores.

Observe-se que os primeiros prédios ali construídos tinham até seis andares, mas com os investimentos que a Laguna da Jansen recebeu e com a mudança na Lei de Uso e Ocupação do Solo, que ampliou o gabarito para 15 andares, a beleza natural da Ponta d'Areia passou a atrair investidores, cujo capital escolheu, estrategicamente, aquele local para se reproduzir.

Essa dinâmica reconfigurou o espaço urbano da Ponta d'Areia, que gradativamente passou a ter os terrenos mais caros da região metropolitana de São Luís e mais disputadas pelos investidores imobiliários.

Sobre essa atividade empreendedora, os prédios da FRANERE Comércio, Construções e Imobiliária Ltda. foram os primeiros a serem construídos. Na década de 90, por essa construtora foram construídos os edifícios Matilde Regadas, Herbene Regadas, Manoel Dias de Oliveira, Oswaldo Silva Sousa e Viña Del Mar, num movimento claro de antecipação e estratégia para dominar o mercado, aproveitando-se dos investimentos feitos pelo Estado, que valorizaram a área e aumentaram o valor do solo, numa época em que o principal agente imobiliário, ao lado do Estado era a construtora que respondia pela obra (SINDUSCON-MA, 2009).

Dessa forma, o capital imobiliário ali investido passou a se reproduzir em forma de condomínios de alto padrão e ao mesmo tempo, a produzir um novo espaço urbano na Ponta d'Areia, que, relembre-se, já fora um espaço inabitado, rejeitado, portanto opaco e a partir dos anos 90 do século XX passou a ser cobiçado, luminoso e, nesse sentido, atrativo para receber mais investimentos, inclusive do capital imobiliário (Figura 6).

**Figura 5** - Vista aérea da Ponta d'Areia em 2008



Fonte: Ronierd Barros Consultoria Imobiliária

Na década seguinte, São Luís assistiu à chegada do capital das incorporadoras. A Ponta d'Areia já tinha hotéis, bares, restaurantes, farmácias, banco nas proximidades, postos de gasolina e escolas, enfim, uma rede de serviços para atender seus moradores “e o mercado foi incentivado com as novas modalidades já apresentadas neste texto: prédios de até 15 pavimentos com diversos atributos (FONSECA NETO, 2012).

Segundo Haesbaert (1995), as parcelas mais expressivas do espaço, vêm sendo moldadas visando esse alto padrão que se vê nas edificações da Ponta d'Areia, por exemplo, onde os espaços construídos visam, cada vez mais, utilidade e funcionalidade e no caso do Farol da Ilha, conforto e praticidade com prestação de serviços no próprio condomínio.

Ora, “os espaços luminosos pela sua consistência técnica e política seriam os mais suscetíveis a participar de regularidades e de uma lógica obediente aos interesses das maiores empresas.” (SANTOS; SILVEIRA, 2012, p. 264). Logo, a construção desses conjuntos e de estruturas urbanas complementares adjacentes, como shoppings e empreendimentos comerciais, motivaram a especulação imobiliária voltada às classes mais abastadas da sociedade, que se sobrepõem contra as classes menos favorecidas que habitam os pequenos casebres em torno da Laguna da Jansen ou mesmo no bairro da Ilhinha.

Assim, a resistência à especulação imobiliária gerou na Ponta d'Areia uma paisagem mesclada de contrastes sócio-ambientais onde edifícios modernos e sofisticados, contíguos a casebres humildes, abrigam pessoas cuja simbiose se configura através de vínculos empregatícios e de prestação de serviços.

Essa área sofre, ainda, uma série de impactos ambientais: os esgotos são lançados *in natura* na Laguna da Jansen e acabam por contribuir para a multiplicação de algas cianofíceas que sufocam e matam o zooplâncton e os animais de maior porte, cuja decomposição libera gases fétidos em grande intensidade, gerando forte odor ao meio ambiente (SOARES et al., 2006).

Diante disso, pode-se dizer que a Ponta d'Areia é hoje, um espaço cada vez mais produzido pelo capital imobiliário, embora ainda haja resistência a essas ações capitalistas no entorno da Laguna da Jansen e no vizinho bairro da Ilhinha, o que faz da Ponta d'Areia uma paisagem de opostos. De forma que não se pode dizer que a Ponta d'Areia seja, hoje, apenas um espaço luminoso produzido pelo

capital, mas também, um espaço parcialmente opaco que impacta os olhos de quem circula pela Laguna da Jansen e ainda vê a pobreza de habitações precárias de um lado e prédios belíssimos e de alto padrão do outro.

## 7 O CONDOMÍNIO FAROL DA ILHA COMO NOVA EXPRESSÃO DA PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO DE SÃO LUÍS

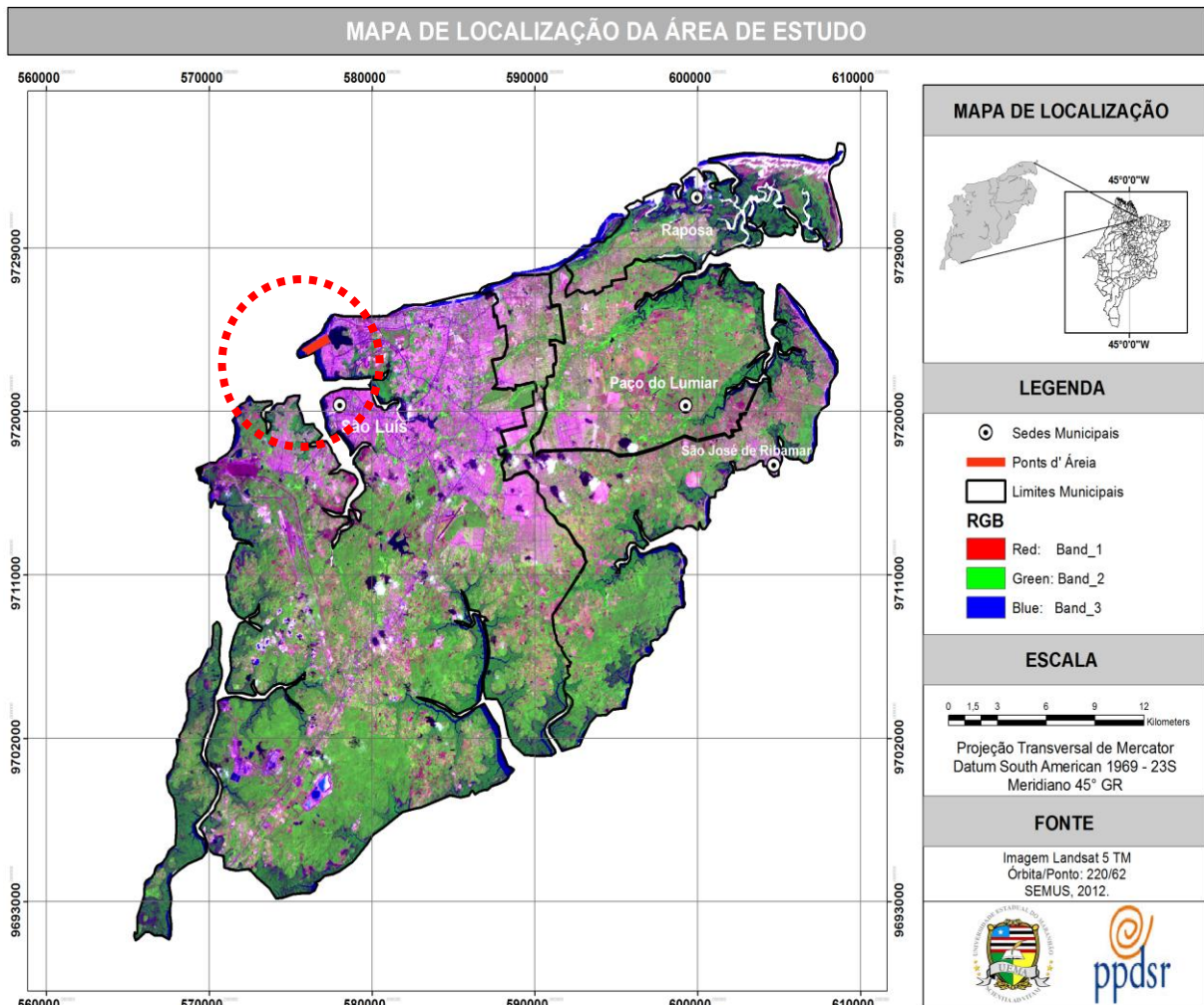
Neste capítulo, localiza-se geograficamente o condomínio Farol da Ilha, faz-se uma caracterização da incorporadora responsável pelo empreendimento Farol da Ilha e do condomínio objeto de estudo, em seguida, são apresentados os resultados da pesquisa que está sendo levada a efeito. Para tanto, discute-se a aplicabilidade do valor de uso e do valor de troca, remetendo-a para o contexto da cidade de São Luís e especificamente, das unidades habitacionais do Farol.

O município de São Luís situa-se na Região de Planejamento da Ilha do Maranhão, encontrando-se na zona costeira maranhense, limitando-se ao Norte com o município de São José de Ribamar, ao Sul, com o Estreito dos Mosquitos; a Leste com a Baía de São José e a Oeste com a Baía de São Marcos, mais precisamente nas coordenadas 02°22'23" e 02°51'00" Latitude Sul; 44°26'41" e 43°59'41" de Longitude Oeste (IMESC, 2011). (Figura 7). O referido município pertence à Mesorregião do Norte Maranhense e à Microrregião do Aglomerado Urbano de São Luís.

O local de execução da pesquisa foi o condomínio Farol da Ilha, situado na Av. dos Holandeses, n. 200, no bairro da Ponta d'Areia, localizado no setor Norte de São Luís (MA). Suas coordenadas geográficas são 2° 29' lat. Sul e 44° 18' long. Oeste, distando 5 km do centro histórico da cidade (Figura 7). O acesso à área pode ser realizado através das avenidas Marechal Castelo Branco, Colares Moreira, Av. Ana Jansen, Avenida Litorânea e Avenida dos Holandeses.

Uma curiosidade a respeito do endereço do condomínio Farol da Ilha diz respeito ao bairro onde ele estaria localizado. Para a Prefeitura de São Luís o empreendimento estaria no bairro São Marcos ou ainda, Ponta do Farol, mas nos documentos da incorporadora Cyrela, o mesmo empreendimento localiza-se no bairro da Ponta d'Areia. E por quê? Pelas razões que o capital escolheu, pois sendo o Farol da Ilha o primeiro condomínio *club* vertical com gestão hoteleira do município de São Luís, este estaria, melhor localizado no circuito de condomínios de alto padrão de acabamento e próximo (até mesmo pelo bairro), da Península, situada também na Ponta d'Areia.

**Figura 6** – Mapa de localização do Município de São Luís-MA e da Ponta d’Areia



Fonte: UEMA (2012).

Assim, do ponto de vista mercadológico e ainda, de acordo com a peça publicitária da Cyrela (2009), o produto imobiliário Farol da Ilha foi construído numa área nobre, privilegiada tanto pela natureza, quanto pelo homem, já que tem “vista para o exuberante mar de São Luís de um lado e para a beleza única da Laguna da Jansen do outro”. (Figura 8).

Além disso, o condomínio Farol da Ilha foi construído ao lado do Farol de São Marcos e está numa área que possui infraestrutura adequada, além de ter grandes empreendimentos instalados no seu entorno, tais como: hospitais, faculdades e universidades, escolas, supermercados, shoppings, estabelecimentos bancários, estacionamentos, parques, clubes, restaurantes, cinemas, padarias, farmácias e drogarias, academias, clínicas de beleza e estética, *petshops* e floriculturas, também hotéis, postos de gasolina, bares, boates, além de outros empreendimentos residenciais de alto padrão.



**Figura 7** - Imagem do local da construção do condomínio Farol da Ilha, na Avenida dos Holandeses, em 2008.



Fonte: Cyrela (2009).

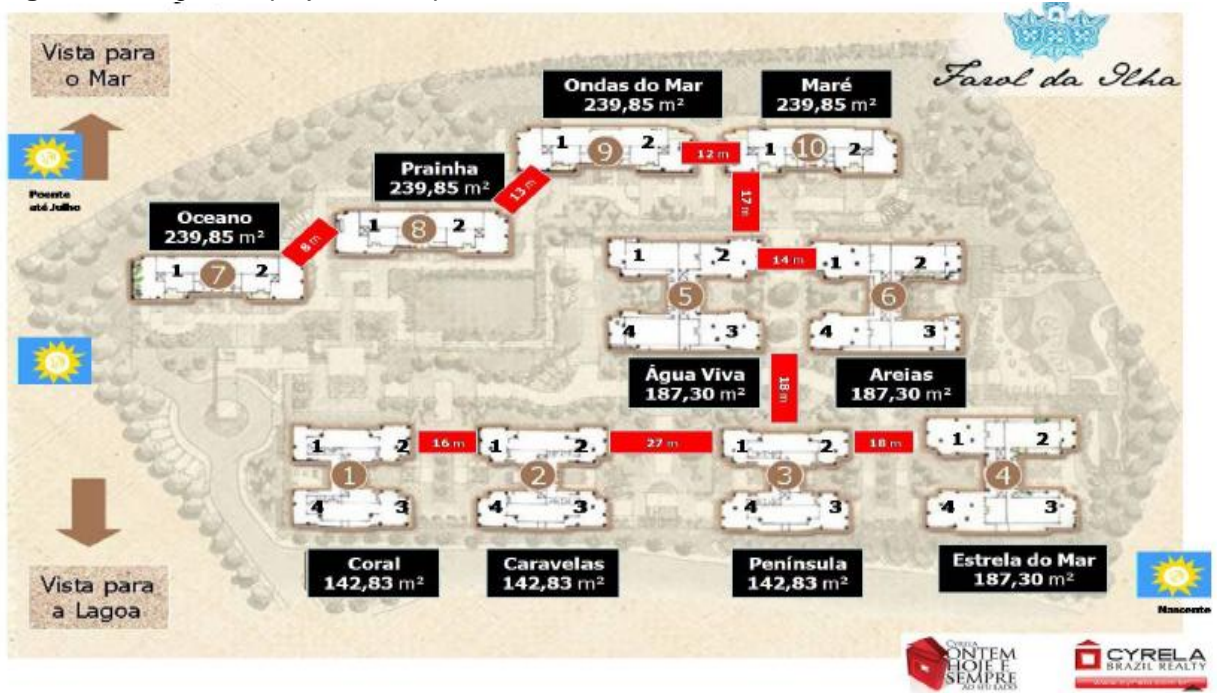
### 7.1 O padrão do empreendimento Farol da Ilha

De acordo com dados da Cyrela (2009), o projeto do empreendimento Farol da Ilha foi assinado por: Luis Alberto Chischio Varinaud (engenharia); Marcio Curi e Azevedo (arquitetura), Neusa Nakata (paisagismo) e Janaína Leibovitch (decoreção área comum).

O empreendimento teve as seguintes características: “terreno de 32.293,63 m<sup>2</sup>, fachada em estilo contemporâneo, 10 torres de 2 ou 4 unidades por andar, num total de 400 unidades habitacionais.” (CYRELA, 2009).

As torres Oceano, Prainha, Ondas do Mar e Maré, são as mais baixas, com apenas cinco pavimentos, apenas duas unidades habitacionais por andar e têm vista livre para o mar. Água Viva e Areias são torres de 15 pavimentos, têm localização intermediária dentro do condomínio, estando entre as torres de 239,85 m<sup>2</sup> e as de 142,83 m<sup>2</sup>. Já as torres Coral, Caravelas, Península e Estrela do Mar têm vista para a Laguna da Jansen e também têm 15 pavimentos. (Figura 9).

**Figura 8** - Imagem do projeto do empreendimento Farol da Ilha São Luís.



Fonte: Cyrela (2009).

Quanto ao detalhamento das dimensões dos apartamentos do Farol da Ilha, as torres de 15 pavimentos têm 4 unidades por andar, numa área de 142 m<sup>2</sup> (2 suítes) (opção: 3 suítes, *living* ampliado, *home Office*, *lavabo*, WC social e varanda social/*gourmet* (18m<sup>2</sup>) (Figura 10).

**Figura 9** - Planta do apartamento de 142m<sup>2</sup>.



Fonte: Cyrela (2009).



Os apartamentos em área de 187 m<sup>2</sup> têm torres de 15 pavimentos, também possuem 4 unidades por pavimento; 4 quartos (2 suítes) - opção 3 suítes *living* ampliado, *home Office*, *lavabo*, WC social, WC de serviço, varanda social/*gourmet* (28,5m<sup>2</sup>) (Figura 11).

**Figura 10** - Planta do apartamento de 187m<sup>2</sup>.



Fonte: Cyrela (2009).

Os apartamentos de 239 m<sup>2</sup> estão em torres de 5 pavimentos, têm duas unidades por pavimento; (4 suítes) - opção 3 suítes, *living* ampliado, *home office*, *lavabo*, WC social, WC de serviço e varanda social/*gourmet* (41,40m<sup>2</sup>) (Figura 12).

**Figura 11** - Planta do apartamento de 239m<sup>2</sup>.



Fonte: Cyrela (2009).

Ainda de acordo com dados da Cyrela (2009), o número de vagas de garagem por apartamento foi estabelecido da seguinte forma: unidades habitacionais de 142 m<sup>2</sup> dispõem de duas vagas; os de 187 m<sup>2</sup> têm três vagas; já os com 239 m<sup>2</sup> detêm quatro vagas, pressupondo-se com isso, que quanto maior (e mais caro) o apartamento, mais condições econômicas o proprietário têm para adquirir bens móveis (carro; *jet sky*; motocicleta, etc.).

O padrão do empreendimento Farol da Ilha é dos mais altos na cidade de São Luís, podendo-se afirmar que até a entrega deste empreendimento, em 2010, nenhum outro, na modalidade *club*, congregando todos os itens de lazer, segurança e mesmo, oferta de serviços de hotelaria dentro do condomínio, havia sido construído na Ponta d'Areia, nem em outro bairro do município de São Luís, capital do estado do Maranhão, apesar de outros, com essas mesmas ofertas de serviços e comodidades já estarem em construção no município de São Luís. A saber: Ilê e Península *Way*, na Península da Ponta d'Areia e o bairro Jardins, Altos do Calhau. Este, congregando torres comerciais e residenciais.

As áreas comuns do condomínio Farol da Ilha são compostas de 35 itens:

portaria, acesso a veículos, acesso a carga e descarga, vagas para visitantes, espaço gourmet; salão de festas adulto; boliche; *lounge*; espaço mulher; ateliê das artes; sala de estudos; *lan house*; salão de jogos; churrasqueira com forno de pizza; *spiribol*; espaço zen meditação; descanso com ofurô e sauna; *fitness*; ofurô externo; piscina adulto; bar tropical; piscina *aquaspinning*; piscina infantil; autorama; bricolagem; cinema; *garage band*; praça central externa; praça do carteador; *playground*; recreação infantil; salão de festas infantil; hamburgueria; salão de festas juvenil e quadra poliesportiva. (CYRELA, 2009).

Além desses itens de conforto, distribuídos nos mais de 30.000 m<sup>2</sup> de terreno, onde foram executadas “plantas modernas e inteligentes” (CYRELA, 2009), o empreendimento conta com uma inovação no mercado: o *Facylities by Cyrela*, uma prestadora de serviços de gestão condominial, administrada pela própria incorporadora, que nos cinco primeiros anos do empreendimento, dará suporte aos moradores por meio de serviços permanentes, cujos valores estão inclusos no preço do condomínio. “Os serviços permanentes são: *concierge*; central de atendimento; *help desk*, *courrier*, central de manutenção; primeiro atendimento em manutenção; central de limpeza, central de segurança, paisagismo exclusivo e instrutor de *fitness*” (CYRELA, 2009).

Os serviços de *pay-per-use* devem ser solicitados através do portal personalizado do condomínio, via Web, no qual os moradores acessam um sistema de ordens de serviços que são monitorados pela central. Nesse caso, o custo do serviço é repassado diretamente ao usuário. Os serviços *pay-per-use*, oferecidos no Farol da Ilha são:

pacotes personalizados de manutenção no apartamento; pacotes personalizados de limpeza das unidades; babá; copeira, cozinheira para eventos especiais; fornecimento de água, gelo, suportes e vasilhames; dedetização; controle de pragas; lavanderia; tinturaria; pequenos ajustes de vestuários; personal training; escolta; segurança para eventos; pet shop, banho e tosa, entrega e retirada de animais; organização de festas, eventos e bufett; carros com motoristas; carretas e micro-ônibus; SPA; massagem terapêutica; banhos aromáticos; instalação de home theater; sonorização de ambientes; pequenos reparos e manutenção de aparelhos; locação de filmes e outros serviços conforme necessidade dos proprietários. (CYRELA, 2009).

Ora, mas as visões de mundo de cada indivíduo são diferentes, dependendo do ponto de vista de cada um; essa perspectiva sofre influência, dentre outros fatores, do espaço social onde está o agente produtor do espaço. As representações dos agentes mudam de acordo com a posição e os hábitos adquiridos ao longo das experiências no mundo social. Se o comprador encantou-se por todas essas facilidades ou pelo símbolo delas não se pode afirmar ainda, mas pode-se chamar atenção para o fato de que ao se morar em um condomínio diferenciado, de alto padrão e em localização privilegiada, adquire-se um *status*, uma espécie de poder, um poder simbólico e fetichizado, cujo discurso é propagado pela mídia.

## **7.2 Análise do discurso da mídia no processo de implantação do empreendimento imobiliário Farol da Ilha**

A Análise do Discurso (AD) de linha francesa é uma espécie de modelo metodológico que, segundo Maingueneau (1989), surgiu na década de 60, do século XX, associada a uma tradicional prática escolar francesa: a explicação de textos. Trata-se, portanto, de uma metodologia que, privilegiando a interdisciplinaridade, articula pressupostos teóricos da Linguística, do Materialismo Histórico e da Psicanálise. Daí a possibilidade de se relacionar discurso e ideologia.

Discurso é, para a Análise do Discurso, uma prática, uma ação do sujeito sobre o mundo. O discurso é, simultaneamente, um modo de ação, uma forma em

que as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente, sobre os outros. (FAIRCLOUGH, 2001). Quando se pronuncia um discurso, age-se sobre o mundo. Demarca-se uma posição, ou selecionando sentidos ou excluindo-os no processo interlocutório. No dizer de Possenti (1990), sempre que se elege um lugar seguro, deixa-se muita coisa de lado. A iluminação de um aspecto coloca outro na sombra. Disso decorre que essa seleção do objeto de estudo sob as lentes da Análise do Discurso implica na perda de outros efeitos de sentido e isso deve estar claro para o pesquisador que se aventura na complexidade da Análise do Discurso.

Sobre o discurso, Foucault (2005, p. 135) anuncia: “Chamaremos de discurso um conjunto de enunciados, na medida em que se apóia na mesma formação discursiva [...]”. O discurso enquanto unidade é um efeito de sentido. Etimologicamente, a palavra discurso abriga a ideia de curso, percurso, movimento. É essa característica, que viabiliza o fato de que um discurso nunca está só, mas se move(endo) em direção a outro, num processo dialógico.

Observe-se: ainda que dispersos pelo tempo e pelo espaço, como é o caso do discurso midiático, neste caso específico, da primeira peça publicitária que veiculou a intencionalidade do mercado imobiliário no processo de implantação e venda do condomínio Farol da Ilha, objeto deste estudo, os discursos se unem. Essa união pode ser estabelecida pelo tema, pelos conceitos que abrigam ou por quaisquer outras propriedades que lhes sejam próprias. Por isso, assegura-se que o discurso é uma unidade na dispersão. O que se quer dizer com isso? A priori, que muitas peças publicitárias do Farol da Ilha foram lançadas nos meios midiáticos de São Luís e que eles dialogam entre si, mas que para efeito desta sessão de capítulo, apenas o primeiro encarte escrito, publicado pela Cyrela em 2009 será utilizado.

Outra consideração necessária no contexto da Análise do Discurso, neste momento, diz respeito ao sujeito do discurso. O sujeito é simbólico e “se não sofrer os efeitos do simbólico, ou seja, se ele não se submeter à língua e à história, ele não se constitui, ele não fala, ele não produz sentidos.” (ORLANDI, 1988, p. 49). O que define, de fato, o sujeito é o lugar de onde ele fala, conforme assinala Foucault (2005, p. 139): “Esse lugar é um espaço de representação social (ex: médico, pai, professor, motorista etc.), que é uma unidade abstrata, dispersa. Por consequência, o sujeito é incompleto, mas se completa à medida que assume uma função enunciativa”. Logo, não há sujeito sem discurso, já que é este quem cria um espaço de representação para aquele.

Também não há discurso desprovido de ideologia. Assim, a Cyrela busca alcançar espaço e legitimidade, lançando mão de estratégias e discursos persuasivos (sua vida perfeita/morar numa obra prima) para convencer o interlocutor/comprador/cliente a assumir comportamentos e atitudes que o façam assimilar/desejar a imagem do espaço ideal para viver, para o descanso e o lazer, que só a Cyrela, através do empreendimento Farol da Ilha pode proporcionar. Esse é um discurso persuasivo da incorporadora, bem como um aspecto da materialidade ideológica do discurso da mídia.

Em verdade, o sujeito, ao mesmo tempo em que produz o discurso, é igualmente produzido por ele. Assim, compreender o sujeito discursivo requer compreender quais são as vozes sociais que se fazem presentes em sua voz.

Como essas vozes sociais encontram-se para além da superfície textual, é na corrente francesa da Análise do Discurso que se busca o amparo linguístico necessário para responder como o condomínio Farol da Ilha tornou-se condição e nova expressão da reprodução do capital no espaço urbano de São Luís (MA), problema do qual se parte inicialmente para esta construção investigativa.

Por ocasião do lançamento do produto imobiliário Farol da Ilha, a incorporadora Cyrela revela, no discurso midiático do encarte publicitário principal, em 2008, a ideia de que o Farol da Ilha, por sua característica inédita em escala local, de agregar, num só produto, a beleza da vista para o mar e para a Lagoa da Jansen, assim como uma gama de serviços, além de itens de conforto e lazer seria “perfeito para sua vida” (CYRELA, 2009) e agregaria mais comodidade, conforto, praticidade e luxo ao morador que optasse (em verdade, que pudesse) adquirir uma unidade habitacional num ambiente que congregaria não apenas uma localização privilegiada, mas um novo modo de se viver em São Luís.

O discurso da Cyrela caracteriza-se, então, pelo uso da imagem, não deixando espaço para refutação. Essa ilusão da realidade pode ser construída em todos os sistemas semióticos, tais como: a pintura, o filme, o encarte publicitário e jogos de luzes no teatro. O que quer a Cyrela é fazer o cliente ou enunciatário a crer na “verdade” do discurso.

Sendo o encarte publicitário “Farol da Ilha: perfeito para sua vida” a primeira peça publicitária de divulgação do empreendimento Farol da Ilha e que também veiculou o literário, conforme pode-se constatar com a figura, e considerando que pela sua importância para o lançamento do produto no mercado,

ele também constitui um elemento fundamental na tentativa de desvendar a ideologia por trás das palavras.

**Figura 12** - Peça publicitária Farol da Ilha



Fonte: Cyrela (2009).

Pode-se especular, no discurso desse primeiro encarte, sobre uma espécie de viés literário do trabalho científico na mídia impressa, ou ainda, do cientista, visto que segundo Pound (2007, p. 32), “a literatura é linguagem carregada de significado até o máximo grau possível” e que o encarte “Farol da Ilha: perfeito para sua vida” veiculou gêneros do domínio da literatura, da filosofia, da teologia e das artes, para levar o leitor a extrair o sentido máximo da palavra perfeição, utilizada em 90% do total de páginas, além do próprio título, já anunciado anteriormente.

A perfeição é alcançada,  
 Não quando não existe nada mais para se acrescentar,  
 mas quando não existe nada para se retirar.  
 Atoine de Saint-Exupéry.  
 (CYRELA, 2009, p. 1).

Ali tudo é ordem e perfeição. Luxo, calma e sensação.  
 Charles Baudelaire  
 (CYRELA, 2009, p. 5).

Note-se que a leitura do texto de *Exupéry* não compõe uma leitura simplória, mesmo democrática, ao contrário: tratando-se de um clássico da literatura

francesa, que não é lido pela massa ou mesmo por um leitor desavisado. O mesmo podendo ser estendido a Charles Baudelaire, poeta francês considerado maldito, dada sua característica irreverente na utilização das palavras que pouco ajudam na compreensão de um aventureiro nas letras.

Do ponto de vista da AD, o que se observa é uma formação discursiva pautada na autoridade literária desses dois autores e que convida o leitor a identificar-se com eles, com seus universos e claro, com o nível intelectual necessário para se conhecer um pouco dessa literatura. Assim, o discurso midiático do encarte, ao provocar no leitor avisado essa identificação com dois grandes nomes da literatura, igualmente os coloca entre os que têm cultura elevada, entre os que podem compreender, ainda que parcialmente, a estrutura profunda de um texto de Baudelaire, coloca o interlocutor do discurso entre aqueles que não fazem parte da massa, mas da elite intelectual (e obviamente, social) da cidade.

Implícito nesse discurso e diluído no encarte como um todo está a informação de que o condomínio Farol da Ilha é um lugar discursivo diferenciado e que aquele que está sendo atingido por essa mídia impressa e “convidado” a morar no condomínio Farol da Ilha é um sujeito discursivo que pode ocupar o lugar diferenciado, fetichizado pelo produto imobiliário Farol da Ilha, que é um condomínio perfeito, mas feito para pessoas igualmente “perfeitas”, ainda que essa perfeição seja um requisito financeiro do mercado. São perfeitos, portanto, os clientes que podem pagar pelo preço dessa diferenciação social em forma de moradia.

Em Marx, a história é fruto do trabalho humano e o materialismo histórico vai marcar a expressão “formação ideológica”, que precede e determina a formação discursiva. A força material e econômica mantém vinculação, daí se afirmar que a classe detentora do poder econômico é também depositária das ideias. A classe dominante busca a manutenção e o exercício do poder, e nela se encontram a reprodução das condições materiais, ideológicas e políticas. Ela procura tornar os indivíduos dóceis e ocuparem espaços próprios, de forma a não perceberem que estão sendo “guiados”. (SANTOS, 2010, p. 145).

Ressalte-se que para consolidar seu domínio sobre os mais frágeis economicamente ou ainda, sobre os não proprietários, as classes dominantes se utilizam de dois instrumentos: a força, por meio do Estado e as ideias, por meio da ideologia. Para Marx, as ideias da sociedade são as ideias das classes dominantes. Isso significa que quando uma classe se torna dominante (economicamente, politicamente, culturalmente, socialmente, etc.) ela consegue difundir sua visão de

mundo e seus valores (SELL, 2002). É o que acontece com o morador do Farol da Ilha, que pertence a uma condição econômica e social diferenciada. Por isso, difunde, com sua escolha, um padrão de moradia igualmente diferenciado.

Mas o que seria ideologia? Ideologia pode ser definida, conforme Sell (2002, p. 83), como “um conjunto de representações da realidade que servem para legitimar o poder das classes dominantes”. Santos (2004, p. 127) afirma que:

a totalidade social é formada por mistos de ‘realidade’ e ‘ideologia’ [...] A ideologia é um nível da totalidade social e não apenas é objetiva, real, como cria o real. Sendo, na origem, um real abstrato, cada vez mais se manifesta como real concreto. [...] Com a sociedade em movimento – isto é, com a história se fazendo – o movimento do todo é, ao mesmo tempo, movimento dos elementos de verdade e dos elementos ideológicos.

É dessa forma, que, no intuito de obter legitimidade e espaço na sociedade, a mídia utiliza-se do poder simbólico do discurso e por meio dele, de estratégias sutis para convencer o leitor/interlocutor/cliente, de que o produto imobiliário Farol da Ilha é, de fato, “perfeito para sua vida” (CYRELA, 2009). No dizer de Santos (2010, p. 147), é também dessa maneira que:

a mídia, inserida no campo da produção simbólica, é capaz de elaborar a vida social, afirmando ideologias e mitos, hierarquizando grupos de acordo com sua etnia, cultura ou gênero, na medida em que utilizam tecnologias discursivas para legitimar seus discursos como verdadeiros pelo outro [...]. A análise do Discurso está, portanto, ligada ao papel dos sujeitos, principalmente os construídos no interior dos discursos, enquanto efeitos discursivos.

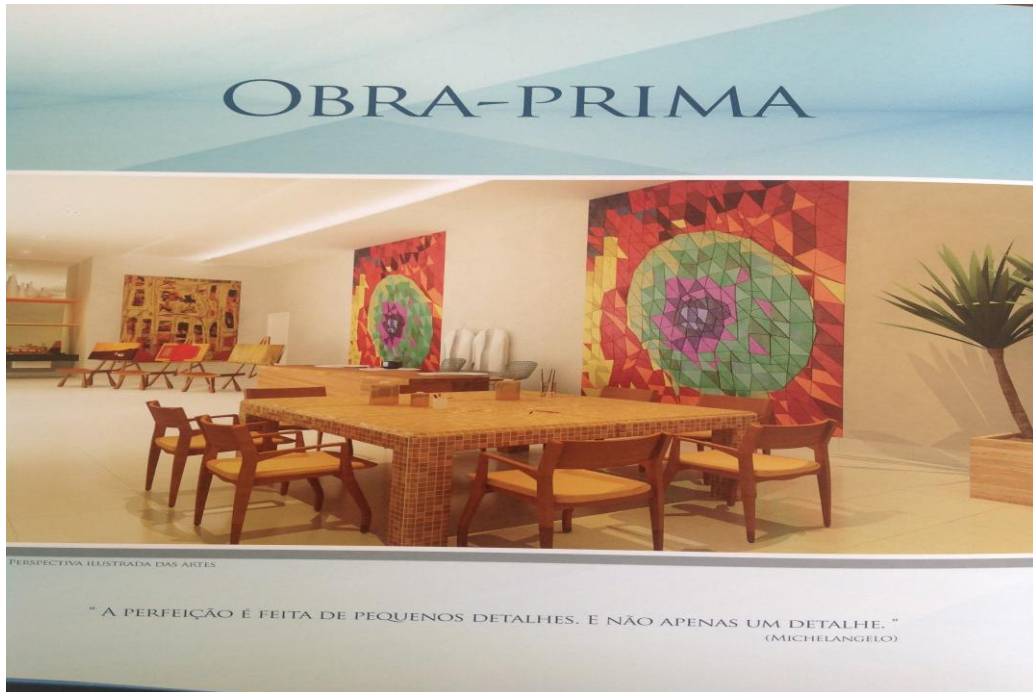
Disso decorre que a ideologia é uma prática discursiva, mas, além de ser uma categoria marxista, é uma categoria textual, de forma que pode-se mesmo afirmar que o discurso é uma ferramenta de poder que se utiliza da mídia para dominar sutilmente as ideias de uma sociedade. Poulantzas (1980, p.53) difunde que “a ideologia não é algo neutro na sociedade. Só existe ideologia de classe”. Do ponto de vista da textualidade, texto, para Infante (1998) é tudo aquilo que passa uma mensagem, tudo que pode ser lido e compreendido, podendo se tratar de uma forma escrita, de uma imagem, de uma fotografia ou de ambos, recebendo a denominação de texto misto, por condensar mensagens verbais (palavras) e não verbais (com imagens).

Por isso, também os amantes das artes são contemplados, pois nesse mesmo encarte, o condomínio é anunciado como uma obra-prima e nesse sentido,



Michelângelo é convidado ao texto: “A perfeição é feita de pequenos detalhes. Não é apenas um detalhe” (CYRELA, 2009, p. 9). (Figura 14).

**Figura 13** – Encarte publicitário Farol da Ilha



Fonte: Cyrela (2009).

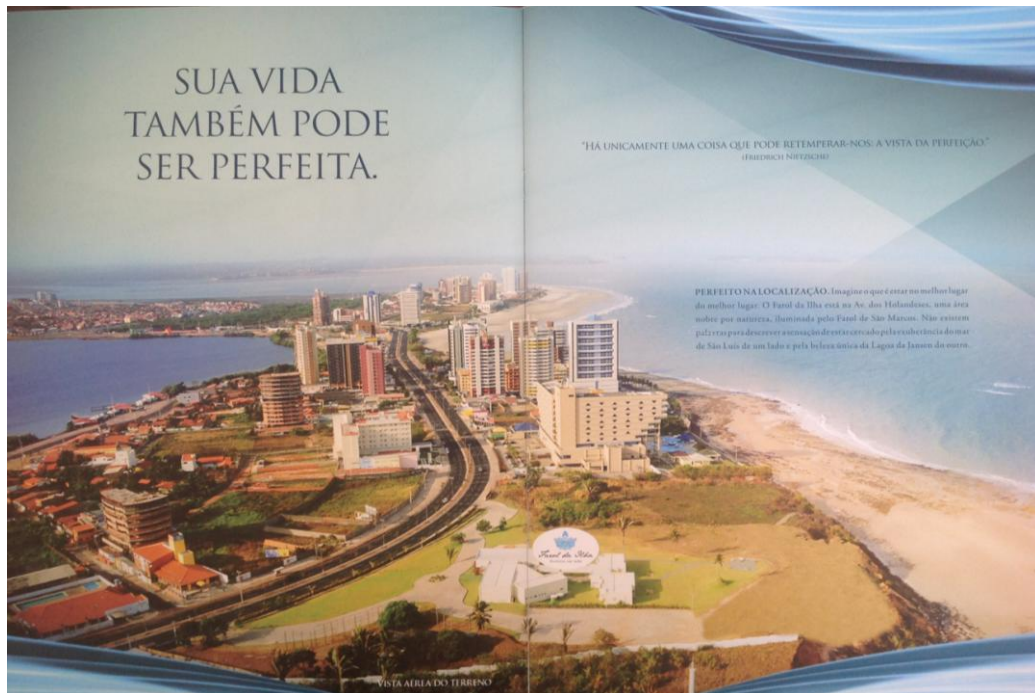
E de que forma esse discurso atinge o leitor? Por meio de um conhecimento prévio que se tem acerca de quem foi Michelângelo, que a linguística chama de pressuposto. Daí a relação que se estabelece cognitivamente entre o texto publicitário, o trabalho de Michelângelo, a perfeição de obras de arte como Davi, esculpidas em mármore e a perfeição da “obra-prima” da Cyrela, o condomínio Farol da Ilha.

Etimologicamente, comunicação deriva da forma latina *comunicare*, que significa por em comum. Assim, comunicar é por em comum ideias, sentimentos, pensamentos, desejos. Em outros termos, comunicar é conviver.

Essa vida social perfeita, que promete a incorporadora Cyrela (Figura 15) nesse primeiro encarte, será chamada de fenômeno social e constitui-se através da linguagem, já que é por meio dela que se estabelecem as relações interpessoais, podendo-se mesmo afirmar, que não existe comunicação sem linguagem.

A linguagem da mídia, no caso do encarte em análise é a linguagem figurada. “Diz-se dos processos linguísticos de alterações das palavras ou do pensamento, por meio da mudança na disposição usual dos membros da frase, ou da transformação semântica dos vocábulos.” (MOISÉS, 2004, p. 259).

**Figura 14** - Texto publicitário do condomínio Farol da Ilha



Fonte: Cyrela (2009).

Sendo assim, numa situação de comunicação todo emissor é também receptor e vice versa. Leia-se:

A interpretação dos fenômenos sociais é o objetivo de várias disciplinas, que utilizando método científico, se ocupam do entendimento do homem. Qualquer indagação resultante dessa interpretação, mesmo que se refira a um organismo individual, justifica mais e mais as integrações disciplinares e mostra que tudo o que esse homem é capaz de saber sobre si próprio deixa de ser um fato individual e passa a ser um fenômeno social. (BEZERRA, 1999, p. 599).

Ocorre que, como o discurso encontra-se no seio da vida social, o analista necessita romper as estruturas linguísticas para chegar a ele. Entretanto, para que isso ocorra é preciso sair do ambiente especificamente linguístico, adentrar em outros espaços e descortinar os sentidos do texto, o que não é uma tarefa das mais simples, afinal, para a Análise do Discurso, não existe equivalência de poderes entre os membros que interagem numa sociedade em situação de comunicação.

Quem se expressa dominando a situação comunicativa detém o poder, no caso, a incorporadora Cyrela (emissora do discurso) e geralmente o exerce na tentativa de realizar atos sociais que considera vantajosos, como a venda das unidades habitacionais do condomínio Farol da Ilha, a preços altíssimos que foram e

ainda estão sendo pagos para se morar no lugar discursivo da perfeição, do conforto, da comodidade, da segurança e do lazer.

Dessa maneira, a organização, a regulamentação e o controle dos conteúdos das comunicações, bem como das modalidades de transmissão e de recepção da mensagem constituem a própria fonte do poder social, ainda que essa fonte peça amparo na religiosidade, ainda fortemente impregnada na cultura maranhense. (Figura 16).

**Figura 15** - Conteúdo das comunicações do condomínio Farol da Ilha



Fonte: Cyrela (2009).

Ressalte-se também, que ao se estudar a linguagem por meio da análise de seus enunciados, observa-se uma afinidade entre as formas de consenso social, que os detentores do poder obtêm por indução, ideologicamente, sejam eles indivíduos, grupos sociais ou instituições com o poder de dominação exercido sobre os indivíduos de uma sociedade.

Logo, o papel da mídia na implantação do condomínio Farol da Ilha foi o de legitimar a ideologia por trás da verdadeira lógica da produção desse espaço: a obtenção de elevados lucros com a construção de um condomínio *club*, com gestão hoteleira num local de muitas belezas naturais, de fácil acesso e com infraestruturas que o equiparam para tal.

### **7.3 Poder simbólico, fetiche, valor de uso e valor de troca do espaço mercadoria no condomínio Farol da Ilha**

O poder simbólico, do qual trata-se aqui, é, na concepção de Bourdieu (2004, p. 9), “um poder de construção da realidade, que tende a estabelecer uma ordem gnosiológica: o sentido imediato do mundo”. Trata-se de um termo com multiplicidade de sentidos, tendo, no entanto, uma aproximação/ relação com o uso da força física. Os teóricos e autores analisam/estudam o poder sob os mais variados e múltiplos significados. Encontra-se em Weber (1971, p. 19) uma clássica significação: “poder significa toda oportunidade de impor sua vontade no interior de uma relação social, até mesmo contra resistências, pouco importando o que representa tal oportunidade”. Ele é imperceptível, invisível, é uma forma alterada/transformada das outras formas de poder.

Neste caso, o poder imposto e do qual usufrui o morador do Farol da Ilha, não se relaciona com a força física, mas com uma manifestação sutil que o classifica como alguém socialmente relevante.

O principal fator variante de percepções é o espaço social, que pode ser construído de diversas maneiras, dependendo de diferentes princípios e apresenta-se na forma de agentes dotados de propriedades diferentes e sistematicamente ligadas entre si; essas propriedades funcionam como signos, na própria realidade da vida social e as diferenças funcionam como signos distintivos; com isso, percebe-se que o mundo social apresenta-se como um sistema simbólico e o espaço social funciona como um espaço simbólico. Bourdieu (2004, p. 11) advoga a existência do poder simbólico, em que nele, os campos dominantes (as classes) são privilégios/vantagens de um capital simbólico. O poder simbólico consiste, então, “[...] nesse poder invisível, que só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que e se estão sujeitos ou mesmo que o exercem”.

As diferentes classes e frações estão envolvidas numa luta propriamente simbólica para imporem a definição do mundo social mais conforme seus interesses, e imporem o campo das tomadas de posições ideológicas reproduzindo em forma transfigurada o campo das posições sociais. [...] A classe dominante é o lugar de uma luta pela hierarquia dos princípios de hierarquização: as frações dominantes, cujo poder assenta no capital econômico, têm em vista impor a legitimidade da sua dominação, quer por meio da própria produção simbólica. (BOURDIEU, 2004, p. 11-12).

Desse modo, o mundo social é apreendido como produto de uma dupla estruturação: uma objetiva e outra subjetiva. De forma objetiva ela é socialmente estruturada, pois as propriedades adquiridas pelos agentes e pelas corporações apresentam combinações desiguais; subjetivamente, também é estruturada, pois os esquemas de percepção e apreciação mostram o estado das relações simbólicas.

Há pessoas com recursos financeiros que optam por morar em “áreas periféricas” em função de outros valores e há aquelas que não têm recursos suficientes, mas se sacrificam e chegam ao limite do endividamento para dizer aos do grupo social que moram em lugar de status. Tal quadro envolve, além da concepção de poder, a de valores socioculturais.

O lugar onde se mora, nesse sentido, geralmente revela o lugar social do morador, sua condição econômica, seu perfil social, suas posses e valores, podendo constituir-se, num instrumento de segregação socioespacial, que classifica o sujeito entre os que podem pagar pelo espaço de moradia com melhores aparelhos sociais, com maior segurança, com melhores serviços, mais próximo aos centros comerciais e aqueles que, não podendo pagar, são obrigados a se deslocar para regiões periféricas, onde há escassez de serviços e uma rede ineficaz de transporte, abastecimento de água ou coleta de lixo. “A localização do imóvel já é, isoladamente, o fator mais importante para a decisão de compra do brasileiro. Está à frente de itens tão fundamentais quanto área útil, planta, número de vagas ou segurança.” (CORONATO, 2012, p. 88).

Morar no condomínio Farol da Ilha, portanto, tornou-se um fetiche. Mas o que é um fetiche? Para Marx, o fetichismo pode ser compreendido como um elemento chave do capitalismo, um elemento tão essencial ao sistema, que permitiu que se pudesse diferenciar seu método do método dos economistas clássicos, pois enquanto a economia política inglesa parte da realidade mercantil, como um dado e passa a explicar seu funcionamento com base na lei da oferta e da procura, Marx lança-se em busca de explicações para o surgimento e da consolidação do mercado, como um modo de provisão e distribuição de riquezas. (PIRES, 1999).

Nesse sentido, Prado (2010) afirma que a teoria do fetiche é uma das passagens de “O capital”, em que Marx deixa claro o distanciamento de suas ideias com relação às ideias dos economistas ingleses. Para estes, a sociedade foi capaz de progressos fantásticos e inimagináveis, que libertaram os seres humanos das correntes medievais.

Marx, entretanto, demonstrou que juntamente à liberdade jurídica imposta pelo capital, paira a não liberdade e isto ocorre justamente porque o fetiche da mercadoria transforma os seres humanos em servos, não de senhores, reis ou deuses mitológicos, mas dos produtos que eles mesmos criam. Desse modo, em sua obra “O capital”, Marx começa o estudo da sociedade capitalista pela análise abstrata da mercadoria (PRADO, 2010). E prossegue, recuperando Aristóteles, com a existência do valor de uso e do valor de troca nos bens que a humanidade produz (FELIX, 2012). O espaço urbano produzido em forma de moradia é um bem, uma espécie de mercadoria, que tem um valor de uso e um valor de troca. Mais que isso, torna-se um fetiche.

Fetiche, na compreensão de Simões (1998) é uma espécie de culto aos objetos materiais, considerados como encarnação de um espírito possuidor de virtudes mágicas.

Pires (1999) considera o fetiche como um ídolo, um objeto enfeitado, com poderes inexplicáveis, de origens inexplicáveis somente, um artefato mágico, capaz de ocultar as relações humanas envolvidas na produção do objeto.

Note-se que antes da análise marxista sobre o capital, o capitalismo era descrito pelos economistas vulgares como um imenso sistema de circulação e troca de bens. O processo de trabalho humano que confere vida, valor, forma e conteúdo ao capitalismo desaparece nas ideologias da economia vulgar. De acordo com Branco (2008), Marx propõe o desfecho e desvenda o fetichismo da mercadoria e sua face desumana, coisificada e decorrente das relações sociais de produção, não de características próprias, inerentes ao próprio objeto. A concepção de Marx sobre a mercadoria, entretanto, não é única, podendo ser abordada a partir das seguintes condições:

Primeiramente, Marx (1994, p. 41) caracteriza a mercadoria como algo, qualquer coisa que atenda a uma necessidade em potencial, por isso, faz a seguinte análise: “[...] a mercadoria é, antes de mais nada, um objeto externo, uma coisa que por suas propriedades, satisfaz necessidades humanas, sejam elas provenientes do estômago ou da fantasia”.

Além dessa, a segunda condição abordada é a divisão social do trabalho. De acordo com Fiani (2009), na concepção de Marx (1994), uma coisa pode ser útil e produto do trabalho humano, sem ser mercadoria. Quem, com seu produto, satisfaz a própria necessidade gera valor de uso, mas não mercadoria. Para criar

mercadoria é mister não só produzir valores de uso, mas produzi-los para outros, dar origem a valor de uso social. É nesse sentido que a produção do espaço urbano em forma de moradia faz do espaço uma mercadoria.

Além desses, outro aspecto que torna algo uma mercadoria, de acordo com Sell (2002), é a apropriação privada. Sobre esse aspecto, Fiani (2009, p. 49) afirma que:

[...] somente após a apropriação privada de algo que seja fruto do trabalho humano, possua valor de uso e seja produzido para outros é que teremos uma mercadoria. Esse ponto é de central importância, pois as mudanças tecnológicas (digitalização) dos bens culturais afetaram exatamente as condições de sua apropriação privada.

Esse é o mecanismo. Adquirir um imóvel no condomínio Farol da Ilha, portanto, não significa apenas a aquisição de uma moradia, mas de todo um agregado simbólico, oculto e sutil que informa ao tecido social o perfil econômico daquele morador, seus desejos e aspirações, por tratar-se de uma mercadoria fetichizada.

Marx (1994) buscou o segredo que impede a mercadoria de ser desvendada. Nesse sentido, afirmou:

À primeira vista, a mercadoria parece ser coisa trivial, imediatamente compreensível. Analisando-a, vê-se que ela é algo muito estranho, cheio de sutilezas metafísicas e argúcias teológicas. Como valor de uso, nada há de misterioso nela. [...] A mercadoria é misteriosa simplesmente por encobrir as características sociais do próprio trabalho dos homens, apresentando-as como características materiais e propriedades sociais inerentes aos produtos do trabalho; por ocultar, portanto, a relação social entre os trabalhos individuais dos produtores e o trabalho total, ao refleti-la como relação social existente, à margem deles, entre os produtos do seu próprio trabalho. (MARX, 1994, p. 93-94).

Assim, o lugar que se mora passa a símbolo de poder, de status, passa, em verdade, a capital simbólico, legitimado, capaz, conforme anunciou Bourdieu (2004), de produzir efeitos reais. O que o bairro representa, então, além da situação econômica do morador, são suas ambições, seus gostos, suas afinidades ou mesmo seus preconceitos.

O mercado imobiliário tem nome para isso: fatores hedônicos. 'São aqueles motivos difíceis de medir, mas que explicam o prazer por morar onde se mora', diz o engenheiro Luiz Paulo Fávero, professor da Faculdade de Economia e Administração da USP, autor de uma tese de doutorado sobre o tema. (CORONATO, 2012, p. 89).



Acerca da mercadoria, Barbosa (2004) acrescenta que Marx, ao tratar do caráter fetichista desta, o faz sob a ótica da teoria de valor e dessa forma, chega ao cerne das questões sociais, ou seja: à obtenção do lucro por parte de quem detém os meios de produção, que ocorre devido à característica peculiar que as mercadorias possuem, de abrigarem, além do valor de uso, o valor de troca. Assim, a mercadoria possui:

[...] um valor de uso, ou seja, sua base material lhe determina uma utilidade. Enquanto valor de uso é o resultado do trabalho ou dispêndio de trabalho útil ou concreto. Porém, para ser mercadoria, para se efetivar como tal, precisa estar inserida no âmbito de mercado, logo, para além do valor de uso, possui outro, o valor de troca.  
(BARBOSA, 2004, p. 63).

O valor de uso é a utilidade ou propriedade material que um produto possui para satisfazer as necessidades humanas: o objeto externo da mercadoria (SILVA, 2011). De acordo com Marx, o fetiche não vem do valor de uso, posto que, nesse aspecto, a mercadoria seria algo para utilidade própria do homem, dependendo basicamente de seu próprio esforço “desde que os homens trabalhem uns para os outros, adquire o trabalho, uma forma social.” (MARX, 1993, p. 160).

Valor de troca, ao contrário, seria uma relação quantitativa de troca de valores, de usos diferentes que abstrai esses valores (SILVA, 2011). Essa abstração ocasiona uma camuflagem no modo operacional das relações de produção, porque é mais visível a simplificação, que a complexidade do processo de produção e de consumo das mercadorias. É dessa modalidade de valor que provém o fetichismo. Para Antunes (2005), o valor de troca é uma determinação negativa dos valores de uso, porque sob tal condição nova, as necessidades humanas só serão realizadas na medida em que primeiro se realize o valor de troca do produto. O mesmo autor esclarece ainda, que o valor de uso se realiza no ato do consumo, enquanto o valor de troca realiza-se no ato da troca, ato este, que antecede o consumo, sendo, por isso, negativo frente ao valor de uso.

Disso decorre que se o valor de troca não se realizar fica também sem se realizar o valor de uso, já que os produtos só adentram na esfera do consumo após passarem pelo processo de troca.

É a esse caráter de predominância do valor de troca, pelo qual se opera a exploração do trabalho alienado e conseqüentemente, a obtenção do lucro por parte



do capitalista, sobre o valor de uso, ou ainda, a ocultação do mediato pelo imediato, que Marx denominou de fetichismo. (SILVA, 2011).

A produção de mercadorias pressupõe um equivalente geral, uma mercadoria que faça a mediação de todas as mercadorias: o dinheiro. E o dinheiro é uma relação social pura, “É algo ideal, é um conjunto de relações sociais que o indivíduo, por assim dizer, carrega no bolso” (DUARTE, 2003, p. 96). Porém, de acordo com Félix (2012), aos olhos dos seres humanos, o dinheiro parece possuir poderes sobre-humanos, mágicos e passa a exercer um feitiço, um fetiche sobre os homens, como se existisse independentemente dos sujeitos.

O dinheiro, como uma das muitas formas de fetichismo, existe em todas as sociedades, mas ainda não possui a função geral de representar a sociedade inconsciente, que adota outras formas. Somente na modernidade, assume o dinheiro, definitivamente, essa função. Por isso, pode ser designado como totemismo objetivado e secularizado da modernidade. Não é à toa que tem suas raízes no âmbito sacral, fato que quase sempre ressaltam os apologistas do moderno sistema produtor de mercadorias, sem refletir o que estão dizendo com isso. Somente em conexão com sua crítica do fetiche da mercadoria e de sua forma de manifestação, como dinheiro, pode-se compreender por que para Marx a modernidade ainda faz parte da “Pré-História da humanidade”. (KURZ, 1999, p. 35).

Por isso, o fetiche da mercadoria é a aparência sobreposta à essência e no caso do mercado imobiliário o mundo das coisas, esse poder sutil está nas mãos de quem possui a terra ou mesmo dos agentes que interferem no processo de produção do espaço, porque possuem um capital mais forte, capaz de definir como e onde ele irá se reproduzir. Capaz, em última instância, de sufocar a dimensão humana do homem, por meio das ilusões e aparências que dominam a consciência imediata dos seres. (PRADO, 2010).

Ainda é Prado (2010) quem chama atenção para o mérito de Marx, ao demonstrar como as relações sociais de produção são encobertas por relações materiais e como a subjetividade e a liberdade dos seres humanos são reduzidas e submetidas aos desejos e vontades da mercadoria.

Daí a importância de, refletir-se sobre a formação do sujeito da sociedade moderna e a constituição social fetichista” de suas mercadorias, para que, no caso específico desta dissertação, seja possível analisar os motivos latentes de consumo do solo construído em áreas nobres da cidade, com valores de troca muito altos e

com a oferta de todo um conjunto de serviços antes oferecidos somente em flats ou hotéis.

Isso tem ocorrido cada vez mais na sociedade contemporânea e nas mais variadas escalas, desde que se trate do sujeito que pode pagar por esses serviços. Trata-se, portanto, de um grupo específico de pessoas que têm dinheiro suficiente para atender suas necessidades mais imediatas, porém que têm cada vez menos tempo para executar tarefas em benefício pessoal.

Como resultado dessa dinâmica, essas pessoas estão reorganizando suas vidas para tentar encontrar o tempo que necessitam para atividades essenciais além do trabalho.

Assim, de maneira geral, o crescimento dos condomínios, associado ao incremento do mercado de habitação de luxo resultou numa nova demanda por serviços antes específicos de hotéis e flats, que agora passaram a ser requisitados também pela gestão condominial. Trata-se do desenvolvimento de serviços para atender a uma nova demanda de pessoas com um poder aquisitivo mais elevado. Essa necessidade do mercado tornou-se uma oportunidade de oferta de emprego para o profissional hoteleiro, visto que ampliou seu campo de atuação.

O *concierge* é um desses funcionários que vem ganhando cada vez mais destaque nos empreendimentos de alto padrão. Esse profissional, por definição, é treinado para um atendimento refinado, possui uma esmerada capacidade em buscar soluções para os mais diferentes pedidos, tem uma extensa lista de contatos e conhece as particularidades do seu cliente. (CAMBOTTA, 2012).

O profissional de hotelaria, ressalte-se, é um profissional voltado para prestar serviços específicos, muito mais que o administrador ou que o síndico, de forma que pode melhor atender os anseios e as expectativas dos clientes de alto padrão e evitar problemas ou solucioná-los em curto espaço de tempo, impedindo ou diminuindo a incidência de transtornos indesejáveis. (CAMBOTTA, 2012).

O objeto de investigação desta pesquisa, conforme já dito, é o condomínio clube Farol da Ilha, um dos empreendimentos imobiliários do Grupo *Cyrela Brazil Realty*, que é administrado pela empresa BRC Gestão de Propriedades e o primeiro condomínio em São Luís a implantar esse sistema de gestão condominial com os serviços de *concierge*.

Na rotina do condomínio Farol da Ilha são oferecidos diversos serviços, havendo, portanto, a necessidade de utilização do profissional hoteleiro, com

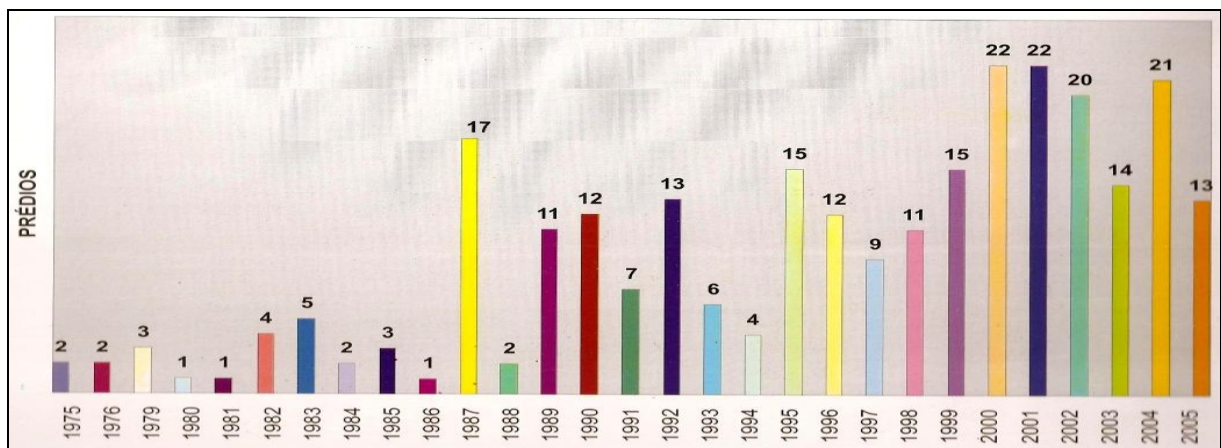
destaque ao *concierge*. No Farol da Ilha são eles que representam o nome da empresa BRC Gestão de Propriedades e elevam, de uma forma palpável a sensação de *status* ou mesmo de recompensa esperada pelo cliente.

#### 7.4 Os resultados da pesquisa: a aplicabilidade do valor de uso e do valor de troca

Apesar de ser objetivo desta seção tratar da aplicabilidade do valor de uso e do valor de troca do solo, no condomínio Farol da Ilha, em São Luís, alguns esclarecimentos acerca do crescimento urbano de São Luís em anos anteriores a 2008 são fundamentais para um melhor entendimento de como o valor de mercado dos imóveis se elevou na área onde o empreendimento Farol da Ilha foi instalado e de forma geral, em toda a cidade.

A produção do espaço urbano em São Luís inerente à verticalização avançou, tendo em vista que o número de prédios construídos cresceu entre 1975 e 2005, uma vez que no intervalo 1975 a 1991 foram construídas setenta e três unidades e de 1992 a 2005 o mercado imobiliário lançou 189 prédios, o que revela incremento de 258,90%, nesse íterim (SÃO LUÍS, 2006). Some-se a isso, que entre 1987 e 1997 o setor Norte de São Luís passou a ser produzido, sobretudo, pelo capital privado, que foi o responsável por 180 prédios, sendo 139 residenciais, 36 comerciais e cinco educacionais; as unidades habitacionais corresponderam a 3.348 apartamentos ou 9,0% sobre o total produzido pelo capital público nesse período, enquanto as comerciais representaram 1.272 unidades em que 870 equivalem a salas e 402 a lojas (MARANHÃO, 1997 apud FERREIRA, 2013). (Gráfico 1).

**Gráfico 1** – São Luís: número de prédios lançados na cidade, 1975-2005.



Fonte: São Luís (2006).

O negócio imobiliário da verticalização residencial, portanto, está sendo adensado no setor Norte de São Luís e, sobretudo na área da Ponta d'Areia e Calhau, onde, de 1975 a 2005 foram edificadas vinte e quatro empreendimentos com áreas privativas, variando de 54,00 m<sup>2</sup> a 430,00 m<sup>2</sup>, cujo padrão de construção é alto e direcionado para uma determinada fatia do mercado.

Convém destacar que, por exemplo, os condomínios já existentes ali: Elza Regadas, Pires Saboya, Sebastião B. de Brito; Francisco N. Regadas e Pedro Araújo, foram edificadas pela construtora FRANERE, que é especializada em produzir apartamentos para as classes média alta e alta de São Luís; as unidades têm como característica comum o fato de serem de 1 ou 2 por pavimentos, possuírem vantagens como 3 quartos, sendo que os mais caros têm 3 suítes, geradores de energia, área de lazer com piscina, sauna e churrasqueira, dois elevadores, dentre outras.

O que dispunha de maior luxuosidade era o Francisco Neves Regadas que oferece 302 m<sup>2</sup> de área privativa, sendo 1 apartamento por andar, com 4 suítes, entre as quais, uma máster com hidromassagem, lavabo mais gabinete, rouparia e louçaria, varandas e quartos 100% para o nascente, sistema de água quente nos chuveiros sociais e pias da cozinha, piso em porcelanato branco, quatro vagas na garagem, mais depósito. Isso tudo para justificar o preço de até R\$ 600.000,00, por unidade (SILVA, 2003).

De 2005 a 2008, ano de lançamento do condomínio Farol da Ilha, o que ocorreu no mercado de imóveis de São Luís foi “a chegada das construtoras de fora” conforme afirma o diretor de vendas da Ronierd Barros Consultoria Imobiliária (2013), estes se juntaram às construtoras locais, formando as incorporadoras. Caso da Cyrela, esta já entrou no mercado maranhense com capital de incorporação. Assim, a produção do espaço urbano de São Luís, que estava ocorrendo com capital privado das construtoras locais e com o financiamento bancário, passa a ser feito pelo capital de incorporação, o que gera um forte impacto no mercado imobiliário de São Luís. Este, passa a produzir aqui unidades habitacionais numa velocidade nunca antes vista, Foi como ocorreu o *boom* imobiliário na Ilha, ocorrendo um crescimento de oferta de imóveis. (Tabela 2). Note-se que em 2008, o total de oferta de imóveis em São Luís é de 8.360 considerando-se as variáveis de agosto a setembro do referido ano, ou seja, nota-se que com a entrada do Farol da Ilha no circuito imobiliário ocorre um aumento significativo da oferta de imóveis na cidade.

Percebe-se que este ritmo de crescimento mantém-se no início de 2009 (janeiro e fevereiro) com ofertas somando 2502 imóveis.

**Tabela 2** - Ofertas totais de imóveis.

Julho/05 a Fevereiro/09 - Em unidades

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	TOTAL
<b>2005</b>	-	-	-	-	-	-	548	505	529	720	679	743	3724
<b>2006</b>	589	594	573	491	650	625	583	552	498	501	432	400	6488
<b>2007</b>	430	582	618	596	477	320	277	*	*	*	*	*	3300
<b>2008</b>	*	*	*	*	*	*	*	1.794	1843	1780	1707	1236	8360
<b>2009</b>	1196	1306											2502

\*De agosto de 2007 à julho de 2008 não foi realizada a pesquisa.

Fonte: SINDUSCON-MA (2009).

É nesse intervalo de tempo, ou seja, de 2005 a 2009, que a incorporadora Cyrela, responsável pela construção do condomínio Farol da Ilha, já atuante na cidade, passa a investir seu capital, mas não só ela, também a construtora GAFISA e a IMPAR. Esta última, junta-se à construtora local META, formando a incorporação META-IMPAR e aquela, une-se à FRANERE, também local, formando a incorporação FRANERE-GAFISA, que responde pela construção do conjunto de condomínios *Grand Park* (RONIERD BARROS CONSULTORIA IMOBILIÁRIA, 2010).

Corrêa (1989 apud FERREIRA; SILVA, 2005) revela as seguintes operações dos promotores imobiliários: incorporação, que é a parte mais importante, onde a localização, o tamanho das unidades e a qualidade do prédio a ser construído são definidos; o financiamento; o estudo técnico; a construção ou produção física do imóvel e a comercialização ou transformação do capital mercadoria em dinheiro. Esse autor afirma também que muitas dessas atuações não são, necessariamente, realizadas por uma única empresa, uma vez que algumas são responsáveis apenas pela construção, outras se especializam pelas vendas, sendo que outras (em número reduzido) têm capacidade organizacional e financeira para concentrar todas as operações.

Ressalte-se que dadas as limitações da pesquisa no sentido de se obter dados reais das vendas de imóveis no mercado imobiliário desta cidade, utilizam-se dados de julho de 2005 a julho de 2007 e de agosto de 2008 a fevereiro de 2009 quando foi realizada a última grande pesquisa do Índice de Velocidade de Vendas

(IVV) em São Luís, pelo Sindicato das Indústrias da Construção Civil do Maranhão. (Tabela 3), a qual revelou que a média passou de 3,3% entre 2005 e 2006, 6,2% entre 2006 e 2007, e mesmo sem o Sindicato realizar a pesquisa por 1 ano (agosto de 2007 a julho de 2008), vê-se que ocorreu aumento também na faixa de 0,6% entre os anos de 2007 e 2008 .

**Tabela 3** - Índice de Velocidade de Vendas em São Luís, entre 2005 e 2009.  
Julho/05 a Fevereiro/09 - em %

	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Média Ano
<b>2005</b>	-	-	-	-	-	-	6,9	9,0	16,0	8,9	9,1	6,6	<b>9,4</b>
<b>2006</b>	14,6	11,3	12,9	11,2	9,5	8,3	9,4	15,9	12,2	16,0	20,8	10,5	<b>12,7</b>
<b>2007</b>	15,6	9,6	19,7	17,8	25,4	20,6	23,8	*	*	*	*	*	<b>18,9</b>
<b>2008</b>	*	*	*	*	*	*	*	17,4	23,6	20,1	18,9	17,6	<b>19,5</b>
<b>2009</b>	23,4	15,7											<b>19,5</b>

\*De agosto de 2007 à julho de 2008 não realizada a pesquisa.  
Fonte: SINDUSCON-MA (2009).

Valor de mercado, para Cladera (1989 apud ALVES, 2009, p. 178) é o “preço mais provável para a venda de um imóvel caracterizado como de funcionamento racional (economicamente) por parte da oferta e da demanda”.

Esse valor de mercado, tanto para os agentes imobiliários quanto para a prefeitura pode não estar de acordo com a definição acima. Segundo Alves (2009, p. 178), esse valor implica:

- 1) Que o comprador e o vendedor atuem em seu próprio interesse econômico;
- 2) Que ambos estejam bem informados e atuem prudentemente;
- 3) Que o imóvel seja exposto durante um período de tempo razoável num mercado, em princípio aberto, transparente;
- 4) Que não exista uma atuação voluntariamente especuladora por parte do vendedor.

Dito isso, esclareça-se que urbanização é um processo que se expande para além da industrialização, sofrendo forte influência da revolução nos processos de informação, de necessidades humanas contemporâneas (SPÓSITO, 1991), como: ampliação do consumo, homogeneização de hábitos e modos de vida. Essas características redefinem a cidade e a própria ideia que se tem sobre o urbano, mas longe de apresentá-la como um *lôcus* de igualdade, revela as contradições que se manifestam no diferenciado uso do solo, o que deriva da desigualdade espacial. (CARLOS, 2008).

Por isso, as características de venda dos imóveis ofertados são diferentes dependendo da localização e claro, do poder aquisitivo de quem pode ou opta morar em determinada localidade. (Tabela 4).

**Tabela 4** - Ofertas e vendas por bairros x nº quartos  
Fevereiro / 09 – Em unidades

BAIRROS	OFERTAS						VENDAS					
	1Q	2Q	3Q	4Q ou +	Total	%	1Q	2Q	3Q	4Q ou +	Total	%
Calhau	0	191	175	128	494	37,8	0	10	20	6	36	17,6
Cohama	0	96	0	0	96	7,4	0	37	0	0	37	18,0
Filipinho	0	192	0	0	192	14,7	0	18	0	0	18	8,8
Forquilha	0	192	0	0	192	14,7	0	7	0	0	7	3,4
Olho d'Água	0	20	0	35	55	4,2	0	6	0	1	7	3,4
Ponta D'Areia	0	0	18	15	33	2,5	0	0	3	0	3	1,5
Ponta do Farol	0	0	0	14	14	1,1	0	0	0	1	1	0,5
Renascença	0	6	53	17	76	5,8	0	2	2	0	4	1,9
São Marcos	0	0	0	7	7	0,5	0	0	0	0	0	0,0
Turu	0	98	49	0	147	11,3	0	88	4	0	92	44,9
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>795</b>	<b>295</b>	<b>216</b>	<b>1.306</b>	<b>100,0</b>	<b>0</b>	<b>168</b>	<b>29</b>	<b>8</b>	<b>205</b>	<b>100,0</b>
%	0,0	60,9	22,6	16,5	100,0		0,0	82,0	14,1	3,9	100,0	

Fonte: SINDUSCON-MA (2009).

Como produto do *boom* imobiliário de São Luís, as características dos imóveis ofertados e vendidos em fevereiro de 2009 eram as seguintes: os imóveis de quatro quartos foram mais vendidos no Olho d'Água e na Ponta d'Areia, onde situa-se o condomínio Farol da Ilha e onde o valor do m<sup>2</sup> era/é mais caro. Isso revela que as famílias que residem nesses bairros têm melhores condições econômicas e essa situação é revelada na preferência pelo local de moradia, bem como na escolha de imóveis maiores e mais confortáveis, visto que há os fatores hedônicos (ligados ao prazer de se morar em determinado lugar, mas também há o fetiche que a mercadoria imobiliária exerce sobre o cliente, conforme abordado na seção 7.2 deste capítulo.

Nos bairros do Olho d'Água e Turu houve maior oferta de imóveis de 2 e 3 quartos, sinalizando que também nesses bairros o poder aquisitivo era alto e que havia oferta do mercado, em função da expectativa do potencial cliente, adquirir imóveis ali.

Já no bairro Cohama, onde se instalou a “nova classe média de São Luís” (Ronierd Barros; Pereira Feitosa; Francisco Rocha; SINDUSCON-MA, 2013), a

maior oferta foi de imóveis de 2 quartos, revelando aí, a percepção do mercado, de que nesse bairro o cliente pertence à classe média, não alta.

No Filipinho e Forquilha foram vendidos maior número de imóveis de 2 quartos. Este, situado em região periférica e aquele, em situação de declínio, em função da dinâmica da cidade e de razões políticas (Planos Diretores) que sinalizaram seu vetor de expansão para o setor Norte, onde está situada a Ponta d'Areia e o condomínio Farol da Ilha. Essas razões respondem pela maior oferta de imóveis com 2 quartos apenas, com baixo padrão de acabamento e com valor compatível com o poder econômico da classe econômica mais baixa.

Ora, viu-se na seção 7.2, deste capítulo, que no mercado o valor de troca (preço) da terra sobrepõe-se ao valor de uso (lotes, ruas). Então, áreas urbanas privilegiadas pela localização, com proximidade do litoral e servidas por boa rede de serviços e transporte têm sido destinadas cada vez mais à troca. Nessas localizações, os preços podem ser mais elevados ou reduzidos dependendo tanto dos investimentos em infraestrutura básica, como também, devido à instalação de grandes empreendimentos que acabam beneficiando e conseqüentemente, valorizando ainda mais o local (bairro, rua, avenida), alterando/inflacionando o valor do solo nessas áreas.

Isso ocorre porque a produção do espaço urbano residencial verticalizado segue o mesmo padrão de diferenciação/segregação econômica e social do próprio capitalismo. Assim, o tipo de moradia, o local, o tamanho e as próprias condições de sociabilização, como lazer comunitário e prática de esporte expressam o perfil econômico e social de cada morador, ou ainda, qual seu lugar social no processo de produção material da sociedade. Daí, as variáveis de número de vagas de garagem influenciarem no número de imóveis ofertados. (Tabelas 5, 6 e 7).

**Tabela 5 – Ofertas – Dezembro/08**

Por nº de quartos x quantidade de garagens na cidade de São Luís  
Dezembro / 08 - em unidades

<b>Nº QUARTOS</b>	<b>1 garagem</b>	<b>2 garagens</b>	<b>3 garagens</b>	<b>4 ou + garagens</b>	<b>Total</b>
1	0	0	0	0	0
2	659	10	0	0	669
3	28	288	12	0	328
4 ou +	0	187	43	9	239
<b>Total</b>	<b>687</b>	<b>485</b>	<b>55</b>	<b>9</b>	<b>1236</b>
%	55,6	39,2	4,5	0,7	100,0

Fonte: SINDUSCON-MA (2009)



**Tabela 6 – Ofertas – Janeiro/09**

Por nº de quartos x quantidade de garagens na cidade de São Luís  
Janeiro / 09 - Em unidades

<b>Nº QUARTOS</b>	<b>1 garagem</b>	<b>2 garagens</b>	<b>3 garagens</b>	<b>4 ou + garagens</b>	<b>Total</b>
1	0	0	0	0	0
2	640	7	0	0	647
3	5	298	12	0	315
4 ou +	0	192	33	9	234
<b>Total</b>	<b>645</b>	<b>497</b>	<b>45</b>	<b>9</b>	<b>1196</b>
%	53,9	41,5	3,8	0,8	100,0

Fonte: SINDUSCON-MA (2009)

**Tabela 7 – Ofertas – Fevereiro/09**

Por nº de quartos x quantidade de garagens na cidade de São Luís  
Fevereiro / 09 - Em unidades

<b>Nº QUARTOS</b>	<b>1 garagem</b>	<b>2 garagens</b>	<b>3 garagens</b>	<b>4 ou + garagens</b>	<b>Total</b>
1	0	0	0	0	0
2	789	6	0	0	795
3	5	278	12	0	295
4 ou +	0	171	38	7	216
<b>Total</b>	<b>794</b>	<b>455</b>	<b>50</b>	<b>7</b>	<b>1306</b>
%	60,8	34,8	3,8	0,6	100,0

Fonte: SINDUSCON-MA (2009)

Os dados expressos nas tabelas 5, 6 e 7, podem ser sintetizados assim:

**Quadro 5** - Resumo da oferta de imóveis no período de dezembro de 2008 a fevereiro de 2009

BAIRROS	Nº DE QUARTOS	DEZ 2008	JAN 2009	FEV 2009
Ponta d'Areia, São Marcos, ponta do Farol, Renascença II e calhau	3 e 4	567 unidades 1 a 4 vagas	549 1 a 4 vagas	511 1 a 4 vagas
Olho d'Água e Turu	2 e 3	997 1 a 3 vagas	962 1 a 3 vagas	1.090,00 1 a 3 vagas
Cohama	2	663 2 vagas	647 2 vagas	795 2 vagas
Filipinho e Forquilha	2	669 2 vagas	647 2 vagas	795 2 vagas

Fonte: a autora

Desses dados depreende-se que nos bairros onde o poder econômico é maior (Renascença II, Calhau, Ponta d'Areia, Ponta do Farol e São Marcos) a oferta de imóveis com 4 vagas de garagem permaneceu estável, mas no Olho d'Água e Turu houve acréscimo, assim como no Filipinho e Forquilha, o que indica que o mercado de imóveis está “de olho” na demanda, no perfil socioeconômico do cliente da classe média (IBGE, 2010), que pode adquirir imóvel naquela localidade. Ressalte-se: imóveis com padrão de acabamento compatível com a renda e com a capacidade de financiamento possível de bens móveis (carro), devido à política favorável das instituições bancárias (NAPOLITANO; MEYER; STEFANO, 2012).

O oposto também observa-se entre os agentes sociais que produzem o espaço urbano, afinal, os promotores imobiliários desenvolvem estratégias visando, sobretudo, aumentar seus lucros. Atuam via valorização/especulação do solo (FERREIRA; SILVA, 2005). Uma dessas estratégias é a produção de imóveis para a população de alta renda, caso dos imóveis do condomínio Farol da Ilha, excluindo as classes menos favorecidas, ação que acaba por reforçar e ampliar a segregação residencial na cidade de São Luís e particularmente, no bairro da Ponta d'Areia.

Apesar da intensa produção de condomínios verticais na cidade e em especial, nas áreas onde o valor do metro quadrado é mais elevado, condomínios horizontais continuaram sendo produzidos em São Luís, conforme as tabelas 8 e 9:

**Tabela 8** - Condomínios residenciais (casas) ofertadas por área útil na cidade de São Luís

Dezembro/08 à Fevereiro/09 - Em unidades

ÁREA ÚTIL	OFERTAS			BAIRROS
	dez/08	Jan/09	Fev/09	
até 89 m <sup>2</sup>	13	6	5	TURU
090--> 216 m <sup>2</sup>	86	86	79	OLHO D'ÁGUA TURU
<b>TOTAL</b>	<b>99</b>	<b>92</b>	<b>84</b>	

Fonte: SINDUSCON-MA (2009)

**Tabela 9** - Condomínios residenciais (casas) vendidas por área útil na cidade de São Luís

Dezembro/08 à Fevereiro/09 - Em unidades

ÁREA ÚTIL	VENDAS			BAIRROS
	dez/08	Jan/09	Fev/09	
até 89 m <sup>2</sup>	7	1	0	TURU
090--> 216 m <sup>2</sup>	0	9	5	TURU OLHO D'ÁGUA
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	

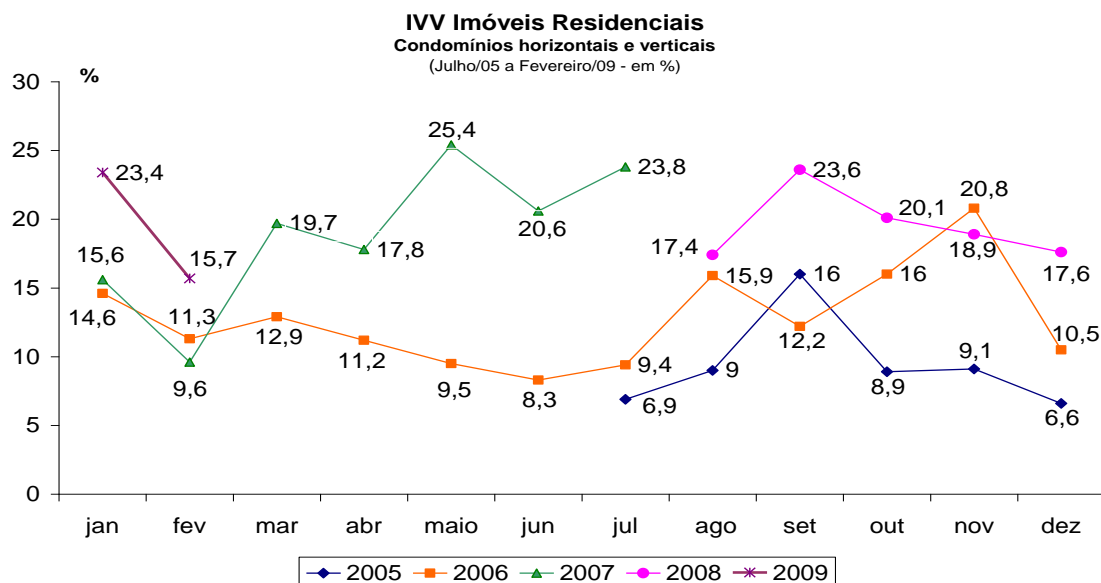
Fonte: SINDUSCON-MA (2009).

De forma geral, houve um crescimento da oferta de condomínios horizontais e verticais em São Luís, no período de julho de 2005 a fevereiro de 2009. Mesmo com a crescente oferta de condomínios residenciais verticais, São Luís oferecia, de dezembro de 2008 a janeiro de 2009 um percentual forte de condomínios horizontais, que vem se mantendo devido à valorização do solo e da consequente ação dos agentes imobiliários, cujas ações visam o lucro e não o conforto de quem vai usufruir do imóvel.

A crescente edificação de prédios residenciais verticais tem relação com o preço do solo e com a própria área construída, que no caso da verticalização é multiplicada algumas vezes.

Atualmente em São Luís, a construção de torres ocorre em três situações urbanas distintas: em áreas de baixa densidade, onde elas são exceção, como Ponta do Farol e Renascença I, em áreas de alta densidade, onde elas se concentram e predominam; e em áreas ainda desocupadas, como a faixa definida pelas avenidas Litorânea e dos Holandeses, que se estende da Ponta do Farol ao Calhau e ao Olho d'Água. (BURNETT, 2012, p. 71).

**Gráfico 2** - Crescimento da oferta de condomínios horizontais e verticais em São Luís, de 2005 a 2009.



Fonte: RB (2009); Francisco Rocha (2009); SINDUSCON-MA (2009).

O gráfico acima pode melhor ser interpretado a partir do quadro abaixo:

**Quadro 6** - Resumo do crescimento da oferta de condomínios horizontais e verticais em São Luís, de 2005 a 2009.

ANO	INCREMENTO
2005	6,6%
2006	10,5%
2007	23,8%
2008	17,6%
2009	15,7%

Fonte: a autora.

Ocorre que, em termos de “escala de operações” (ALMEIDA, 1982), as obras residenciais verticais são mais rentáveis, principalmente em áreas nobres já que os terrenos são mais caros, onde a infraestrutura é considerável, sendo o público mais seletivo e de elevada renda, o que inviabiliza a construção da moradia unifamiliar, e permite a venda, ainda na planta, de grande percentual dos apartamentos colocados no mercado.

Nesse sentido, os bairros mais disputados para lançamentos de novos prédios na capital maranhense foram, desde 2005, e ainda são o Renascença II,

Calhau e Ponta d'Areia (incluindo hoje, a Península), os quais se localizam no setor Norte ou no "Novo Polo Urbano" (FERREIRA; SILVA, 2005).

O produto imobiliário Farol da Ilha foi lançado no mercado em 2008, ocasião em que o valor do metro quadrado (m<sup>2</sup>) do imóvel, na planta variava de R\$ 4.000,00 a R\$ 5.000,00, conforme dados da Ronierd Barros Consultoria Imobiliária (2012). Na ocasião da entrega do condomínio, em 2010, o valor do m<sup>2</sup> chega ao limite e vai a R\$ 6.000,00. Esses valores, embora reais, ao serem confrontados com os valores oficiais do SINDUSCON-MA (2009) (Tabela 10), não se confirmam, o que revela mais uma estratégia do mercado para mascarar a inflacionalização do valor do solo construído em São Luís, de 2008 a 2009.

**Tabela 10** - Valor médio do m<sup>2</sup> dos imóveis residenciais em São Luís

(CONDOMÍNIOS HORIZONTAIS E VERTICAIS por bairro)  
Dez/08 à Fev/09

BAIRROS	Valor Médio do m <sup>2</sup> (R\$)	
	Cond. Vertical	Cond. Horizontal
Calhau	2.400,00	-
Cohama	1.231,00	-
Filipinho	1.250,00	-
Forquilha	1.230,00	-
Olho d'Água	2.819,00	2.421,00
Ponta d'Areia	3.216,00	-
Ponta do Farol	3.453,00	-
Renascença	3.005,00	-
São Marcos	4.800,00	-
Turu	1.179,00	1.784,00
Vinhais	1.347,00	-

Fonte: SINDUSCON-MA (2009).

Em dezembro de 2008, o Índice de Velocidade de Vendas (IVV) de imóveis em São Luís foi de 17,6%. O decréscimo das vendas, ao se comparar o índice com o do mês anterior, novembro de 2008, foi menor do que o verificado nos anos de 2005 e 2006. Destacam-se a seguir os principais resultados da pesquisa empírica dos índices apurados em dezembro de 2008:

Os imóveis de 2 quartos responderam por 54,2% das ofertas e por 90,8% das vendas. Imóveis de 3 e 4 quartos representaram, respectivamente, 26,5% e 19,3% das ofertas. Os imóveis de 60 a 80m<sup>2</sup> corresponderam à maioria das ofertas,

entretanto, os de 30 à 46m<sup>2</sup> foram os mais vendidos. (SINDUSCON-MA, 2009; RONIARD BARROS CONSULTORIA IMOBILIÁRIA, 2012).

O bairro do Calhau concentrou a maioria das ofertas, 44,2%, seguido do bairro do Turu, com 36,4%. Quanto às vendas, o bairro do Turu respondeu por 79,3% dos imóveis vendidos, Calhau por 7,3%, Olho d'Água e Cohama, individualmente, por 5,0%. (SINDUSCON-MA, 2009; RONIARD BARROS CONSULTORIA IMOBILIÁRIA, 2012).

Em relação aos imóveis ofertados, 46,9% (580) estavam na planta, a maioria seria construído com recursos financeiros próprios. Destes, 35,8% seriam de 2 quartos, 36,5% de 3 quartos e 27,5% de 4 quartos ou mais. Ainda em relação às ofertas, 27,0% (333) estavam em construção no acabamento, boa parte utilizando recursos do Sistema Financeiro de Habitação e de 2 quartos. (SINDUSCON-MA, 2009; RONIARD BARROS CONSULTORIA IMOBILIÁRIA, 2012).

Imóveis no acabamento e na fundação responderam por 52,3% e 35,3% das vendas, respectivamente. Quase todos, 90,8%, eram de 2 quartos e iriam dispor de somente 1 vaga na garagem. Imóveis com 2 vagas na garagem representaram 39,2% da oferta, a maioria com 3 ou 4 quartos.

De acordo com dados da Cyrela (2009); SINDUSCON-MA (2009), as unidades residenciais com 2 elevadores corresponderam a 54,6% do total das ofertas do mês, entretanto, 85,3% das vendas foram de imóveis que não dispõem de elevador.

Do total dos imóveis ofertados em dezembro de 2008, 8%(99) eram casas, sendo que 86,8% destas possuíam área útil de 90 a 216m<sup>2</sup>. Foram vendidas no mês 7, casas, todas com até 89m<sup>2</sup>, correspondendo a 3,2% do total das vendas. (SINDUSCON-MA, 2009).

O índice de 23,4%, registrado em janeiro de 2009, foi o maior já verificado neste mês, em todo o período de aplicação da pesquisa do IVV pelo SINDUSCON-MA. Como nos outros anos, houve uma elevação do índice desse mês comparado com o anterior, fortemente influenciado pelas vendas dos imóveis de 2 quartos.

Abaixo, destacam-se outros resultados apurados no mês de janeiro de 2009: dos imóveis ofertados, seguem os números de vendas totais, na Tabela 11.

**Tabela 11** - Vendas totais de imóveis em São Luís, de 2005 a 2009.

	Julho/05 a Fevereiro/09 – Em unidades											
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
<b>2005</b>	-	-	-	-	-	-	38	46	85	64	62	49
<b>2006</b>	86	67	74	55	62	52	55	88	61	79	90	41
<b>2007</b>	67	56	122	106	121	66	66	*	*	*	*	*
<b>2008</b>	*	*	*	*	*	*	*	313	435	359	324	218
<b>2009</b>	281	205										

\* De agosto de 2007 à julho de 2008 não há dados oficiais, porque não foi possível que o SINDUSCON realizasse a pesquisa, dada a omissão de dados por parte das empresas imobiliárias e mesmo das incorporadoras.

Fonte: SINDUSCON-MA (2009).

Pode-se dizer, portanto, que o bairro do Calhau concentrou a maior quantidade de imóveis ofertados, 44,3%, seguido do bairro do Turú com 23,1% das ofertas. (SINDUSCON-MA, 2009).

Quanto às vendas, o bairro do Turu respondeu por 48,3% do total das unidades residenciais vendidas, seguido do bairro da Cohama com 30,9% e do Calhau com 12,8% das vendas.

Diferente do mês anterior, a maioria das vendas, 42,7%, foi de imóveis na planta e todos seriam construídos com recursos próprios. Imóveis no estágio do acabamento responderam por 40,9% dos negócios fechados e boa parte construídos com recursos do SFH. Em ambos, a totalidade era de imóveis com 2 quartos. (SINDUSCON-MA, 2009).

47,1% dos imóveis ofertados iriam dispor, individualmente, de 2 ou mais vagas na garagem, os restantes de somente 1 vaga. 85,5% dos imóveis vendidos dispunham de somente 1 vaga na garagem.

Houve somente um lançamento em janeiro de 2009 no bairro da Cohama, exclusivamente de 2 quartos.

Como nos outros anos, o índice de fevereiro de 2009 recuou em relação à janeiro, registrando 15,7% e os imóveis de 2 quartos permaneceram como os mais vendidos, influenciando na geração do índice. Dos resultados apurados no mês de fevereiro de 2009, destacaram-se os seguintes dados, de acordo com o SINDUSCON-MA (2009): Apesar dos imóveis de 2 quartos terem sido os mais vendidos, com 160 unidades negociadas, houve o crescimento das vendas dos de 3 quartos em relação aos meses anteriores, com 28 unidades vendidas. O bairro que mais contribuiu para as boas vendas dos imóveis de 2 quartos foi o do Turu e, para os de 3 quartos, o do Calhau. Quanto à venda de imóveis na planta, todos de 2 e 3

quartos, respondeu por 45,8% das vendas e os no acabamento, exclusivamente de 2 quartos, representaram 36,6%. (SINDUSCON-MA, 2009).

Quanto às vagas de garagem, como nos meses anteriores, a maioria nas ofertas, 60,8% (694) foi de imóveis com 1 vaga na garagem e quanto às vendas, 81,0%(166). Somente cinco imóveis de 3 quartos dispuseram de uma vaga na garagem e seis de 2 quartos, de duas vagas. (IMOBILIÁRIA PEREIRA FEITOSA, 2012; RONIARD BARROS CONSULTORIA IMOBILIÁRIA, 2012).

Na pesquisa do IVV, os bairros da Forquilha e do Filipinho foram contemplados com a construção de apartamentos de 2 quartos, através do programa “Imóveis na Planta”. Cada bairro recebeu 192 unidades, totalizando 384 imóveis (SINDUSCON-MA, 2009). Entretanto, as vendas nos bairros da Forquilha de 7 unidades e no Filipinho de 18 unidades foram inferiores às 88 unidades ocorridas no Turu e às 37 da Cohama. (IMOBILIÁRIA PEREIRA FEITOSA, 2012; RONIARD BARROS CONSULTORIA IMOBILIÁRIA, 2012).

O Condomínio Farol da Ilha foi entregue em 2010, mas o mercado estava desaquecendo e ainda havia muitas unidades por comercializar. Ocorre que quando um imóvel é entregue e está, como diz o discurso da mídia impressa: pronto para morar, os preços sobem novamente e há uma tendência de aquecimento nas vendas. Passado essa euforia da entrega, em 2011 o mercado sofreu uma estagnação nos preços e em julho de 2012, com a acomodação do mercado imobiliário de São Luís, houve um desaquecimento nas vendas. (RONIARD BARROS, 2012).

Na prática, no ato da entrega, uma unidade habitacional do Farol da Ilha, de 187m<sup>2</sup> que variou de R\$ 905.483,00 a 981.523,00, dependendo de quão melhor fosse sua localização; um apartamento de 239 m<sup>2</sup>, valia 1.402.287,00, de forma que o valor do m<sup>2</sup> passou a variar, respectivamente, de R\$ 4.740,22 a 5.240,38, para as unidades de 187m<sup>2</sup> e R\$ 5.846,48, para os apartamentos de 239 m<sup>2</sup>. (CYRELA, 2012).

Em geral, os preços das cidades estão em alta; os imóveis novos valorizaram 17% em um ano, mais que a média do país. Não é o que ocorre em São Luís. O preço médio do metro quadrado de casas e apartamentos novos subiu pouco acima da Inflação [...] a cidade nunca foi tão cara. Em alguns bairros os preços dobraram em pouco mais de um ano (EXAME, 2013, p. 110).



O preço dos imóveis usados também vem aumentando, é o que revela a pesquisa da revista Exame, de 15 de maio de 2013.

**Quadro 7** - Faixa de preço do m<sup>2</sup> de Imóveis usados por bairros, no ano de 2013, em São Luís-MA.

BAIRRO	VALOR
Jardim Eldorado (Turu) e Vicente Fialho	2.000,00 a 2.500,00
Cohama, Recanto Vinhais e Turu	2.500,00 a 3.000,00
Angelim, Cohafuma e São Francisco	3.010,00 a 3.500,00
Cruzeiro do Anil e Olho d'Água	3.510,00 a 4.000,00
Ponta do Farol e São Marcos	5.100,00 a 5.300,00

Fonte: Adaptado da revista Exame (2013) pela autora.

De acordo com dados da Ronierd Barros Consultoria Imobiliária (2012), os valores dos metros quadrados construídos no Calhau e Ipem Calhau, próximos à Ponta d'Areia, em 2013 definem-se de acordo com os valores expressos no quadro 5 abaixo:

**Quadro 8** - Estudo comparativo do mercado imobiliário de São Luís, de junho de 2012 a junho de 2013.

EMPREENDIMENTO/Edifício	CONSTRUTORA	BAIRRO	ÁREA PRIVATIVA (m <sup>2</sup> )	VALOR DO m <sup>2</sup>
Eugene de Lacroix	Planc	Calhau	430,00	6.000,00
Botticeli	Planc	Calhau	343,06	5.300,00
Vitral do Calhau	Vitral Construções	Calhau	175,00	5.250,00
Brisas Life	Cyrella	Cohafuma	54,00/58,00/773,00	3.999,00 a 4.302,00
Saquarema	Eduardo Cardoso/Reata	Ipem Calhau	72,00	6.200,00
Varandas de São Marcos	Mota Machado	Ipem Calhau	138,00/143,00	5.800,00
Residencial Casa do Morro	NBR	Ipem Calhau	400,00	7.677,00
New York	Itaqui Empreend.	Ipem Calhau	355,26	5.780,00
New Jersey	Itaqui Empreend.	Ipem Calhau	245,33	5.700,00
Palazzo da Renascença	Palazzo	Ipem Calhau	348,75	5.200,00
Baía de São Marcos	NBR	Ipem Calhau	222,52	5.800,00
Calhau Residence	Prisma Engenharia	Ipem Calhau	181,00	4.785,00
Acapulco Residence	Prisma Engenharia	Ipem Calhau	153,55/190,73	4.910,00
Roterdan	Prisma/Mocelin	Ipem Calhau	146,19	5.400,00
Multiempresarial Century	Berg Engenharia	Ipem Calhau	33,00/33,63/37,96/42,75/45,39	5.700,00
Renoir	Planc	Ipem Calhau	173,23	5.930,00
Residence Garden	Meta/Inpar	Ipem Calhau	196,46	7.000,00
Paris	Mota Machado	Ipem Calhau	360,00	6.585,00
Buenos Aires	Raul Mocelin	Ipem Calhau	145,00/147,50	5.580,00

Turquesa	Carrel Engenharia	Ipem Calhau	179,00	5.685,00
Portinari	Planc	Ipem Calhau	73,00/50,00	5.800,00
Atibaia	Eduardo Cardoso/Reata	Ipem Calhau	319,97	6.300,00
Horizont Residence	Meta/Inpar	Ipem Calhau	338,00	6.420,00
Reserva da Lagoa	Sá Cavalcante	Lagoa da Jansen	88,00/105,00/121,00	5.776,00

Fonte: Ronierd Barros Consultoria Imobiliária (2012), adaptado pela autora.

De acordo com a pesquisa realizada na imobiliária da Cyrela e nas imobiliárias cadastradas pela Cyrela e Cia, o financiamento das unidades do Farol da Ilha ocorre da seguinte forma: entrada mínima de 20 % do valor do imóvel e possibilidade de financiamento de até 80% do valor total, desde que a prestação fique em torno de 1/3 dos rendimentos do financiador. Ou seja: para um imóvel de 187m<sup>2</sup>, no valor atual de R\$ 846.000,00 se o cliente arcar com uma entrada de 20%, a Caixa Econômica Federal financia até 677.000,00, mas para isso, o cliente terá que comprovar um rendimento mensal mínimo de 30.000,00, o que já define o perfil social do morador do Farol da Ilha.

Uma prática que se tornou constante aos investidores do setor imobiliário na cidade de São Luís foi adquirir o imóvel na planta, por ocasião do lançamento comercial do produto e na ocasião da entrega, vender o imóvel, tendo, dessa forma, o capital investido multiplicado algumas vezes, com taxas de lucros superiores aos investimentos bancários, conforme entrevista com setor comercial da Ronierd Barros Consultoria Imobiliária (2012).

Entretanto, de acordo com entrevista feita com corretores da Ronierd Barros Consultoria Imobiliária, o que ocorre desde 2012 no Farol da Ilha é um fenômeno inédito no mercado: o corretor A, por exemplo, relata que clientes que adquiriram imóvel no Farol da Ilha, ainda na planta visando a valorização do empreendimento e o aumento do valor do m<sup>2</sup>, vivem o pesadelo de ter a incorporadora Cyrela como maior concorrente, já que ela, ainda dispendo de unidades habitacionais não comercializadas (abril de 2013) e detendo poder sobre a regulação dos preços, diminuiu o valor dos imóveis no Farol da Ilha, fazendo com que o investidor não consiga vender seu produto, devido o preço da própria Cyrela estar menor.

O perfil socioeconômico do cliente Cyrela que adquiriu/adquire um apartamento no Farol da Ilha, conforme entrevista com a gerência comercial da

Cyrela e Cia, imobiliária da própria Cyrela é o seguinte: empresários, juízes, desembargadores, advogados bem sucedidos, promotores, delegados, médicos, dentistas, administradores e em casos raros, comerciantes, com renda mensal igual ou superior a R\$ 30.000,00.

Esse perfil, entretanto, já não obedece ao antigo, onde o comprador de um imóvel desse padrão era, geralmente, casado, na faixa dos 45 a 55 anos, com filhos. Hoje, há uma procura por esse padrão de imóvel, também por jovens, na faixa dos 35 anos, solteiros ou separados, bem sucedidos profissionalmente e que, por terem uma condição social equiparada ao comprador de uma unidade habitacional maior, no caso, de 287m<sup>2</sup>, também optam por morar num condomínio *club* com serviços diferenciais de *concierge* e com a ressalva que estes procuram imóveis menores, preferindo, geralmente e no caso do Farol, apartamentos de 142m<sup>2</sup>.

Segundo o diretor comercial da RB, que preferiu não se identificar, houve, por ocasião do lançamento do produto Farol da Ilha, uma grande resistência dos compradores e mesmo dos corretores, que se questionavam como uma empresa como a Cyrela poderia colocar no mesmo ambiente – privilegiado pela natureza e pelo projeto Farol da Ilha – apartamentos com 142m<sup>2</sup>, 187m<sup>2</sup> e 239m<sup>2</sup>. Entretanto, hoje, tanto corretores quanto clientes compreendem que essa foi uma estratégia do mercado, “uma grande sacada”, no dizer dos representantes da Imobiliária Francisco Rocha, que consideram positiva a mesclagem socioespacial. (RONIERD BARROS CONSULTORIA IMOBILIÁRIA, 2012).

Todos os corretores ouvidos relatam que tiveram receio de não vender o produto. O corretor A disse que: “aqui em São Luís, quem tem dinheiro não quer se misturar com quem não tem”; o corretor B disse que “nunca houve isso aqui”, que ele ficou muito pensativo, inicialmente; o corretor C relatou que foi preciso rever seus conceitos acerca da nova formação familiar em São Luís”, disse que demorou para o mercado absorver a ideia e para ele mesmo aceitar que poderia haver um comprador com potencial econômico forte, mas sem família tradicional, que podia ser alguém solteiro, solteira, separado, com um filho apenas, já o corretor D relatou que, para ele, pessoalmente, não houve surpresa, considerando que o poder comercial da referida incorporadora é muito alto e o corretor E, afirmou que teve clientes surpreendidos por essa “armadilha do mercado”, enquanto o diretor comercial da RB disse, ao ser entrevistado, que “em resumo, hoje não é uma boa comprar imóvel da Cyrela para investir, porque no final das contas acaba esta, sendo

a maior concorrente ao capital do investidor, já que neste momento ela baixa seus preços para acabar com o estoque de imóveis que ainda tem no Farol e nenhum investidor pode ou quer baixar o preço e vender por menos do que comprou”.

É por isso que hoje, conforme peça publicitária (Figura 17), é possível adquirir imóvel no condomínio Farol da Ilha por preços mais baixos que os da época do lançamento do produto, em 2008, quando o imóvel ainda estava na planta.

**Figura 17** - Peça publicitária

**SUA VIDA EM ALTO PADRÃO**

**Farol da Ilha**  
**Ponta do Farol**

Apartamentos de  
142 m<sup>2</sup> - 4 Quartos  
187 m<sup>2</sup> - 4 Quartos  
239 m<sup>2</sup> - 4 Suítes

A partir de  
**R\$ 700 mil\***  
Pagamento Facilitado

\*Apartamento de 142 m<sup>2</sup>, 37 anos

Fonte: [www.triunfoma.com.br](http://www.triunfoma.com.br).

Como os fenômenos espaciais não ocorrem apenas em escala local, tendo rebatimento em outras escalas ou sofrendo consequência dessas, destaque-se o bairro Ipanema, no Rio de Janeiro, como o mais caro metro quadrado construído do Brasil. Quando o referencial é o valor do imóvel, o destaque vai para a área do entorno da Lagoa Rodrigo de Freitas; em São Paulo, para o entorno do Ibirapuera. Asas Norte e Sul, têm os imóveis mais caros em Brasília, o Campo Comprido, responde pela inflacionalização do solo construído em Curitiba e em escala regional, destaquem-se os altos preços dos imóveis do bairro Meireles, em Fortaleza. (CORONATO, 2012).

Ainda em escala regional, na Revista Época, Coronato (2012) acrescenta ao já comentado bairro Meireles em Fortaleza, imóveis novos localizados nos bairros

da Aldeota e Guararapes, cujo valor do metro quadrado varia entre R\$ 5001,00 e 6200,00. Somam-se a esses, os imóveis localizados em Salvador, nos bairros da Barra, Federação e Vitória, onde, o valor do metro quadrado varia de R\$ 5200,00 a 6200,00; em Recife, o metro quadrado construído mais caro varia de R\$ 6000,00 a 6500,00 em imóveis localizados no bairro das Graças.

Em São Luís, o mercado de imóveis seguiu a mesma dinâmica nacional, passando primeiramente pelo processo de euforia e atualmente, de acomodação. (NAPOLITANO; MEYER; STEFANO, 2012). Apesar disso, a cidade dos azulejos e sobradões, continua hoje, seu crescimento vertical predominantemente residencial ao longo da Avenida dos Holandeses e os bairros mais desejados, por sinalizarem o status de alta renda são: Ponta do Farol, São Marcos, Calhau e Ponta d'Areia, onde o condomínio Farol da Ilha está situado e serviu como a nova expressão da reprodução do espaço urbano em São Luís.

## 8 CONCLUSÃO

Este trabalho procurou analisar como o condomínio Farol da Ilha torna-se condição e nova expressão da reprodução do capital em São Luís (MA). O Farol da Ilha é um condomínio vertical fechado, do tipo *club*, que surgiu no mercado imobiliário de São Luís entre 2008 e 2010, trazendo a novidade de uma gestão hoteleira, denominada gerência *concierge*. Essa novidade na dinâmica espacial da Ponta d'Areia e do mercado de condomínios verticais de alto padrão, contribuiu para o processo de transformação do espaço urbano em São Luís.

Assim, o condomínio Farol da Ilha torna-se condição e nova expressão da reprodução do capital em São Luís (MA) à medida que constitui uma mercadoria fetichizada, um condomínio que, na aparência é perfeito para se morar, mas que, em essência, é a materialização de altos lucros gerados sobre o valor do solo construído.

Diante do exposto na pesquisa, viu-se que morar no primeiro condomínio *club* com gestão hoteleira construído em São Luís, imprime um status, uma ideologia. Há um poder simbólico nessa nova expressão da reprodução do capital em São Luís. Esta, que como a maioria das cidades, vem passando pelo processo de mudança na sua estrutura espacial.

Viu-se ainda, que essa dinâmica urbana, aliada à necessidade do capital se reproduzir, fez surgir novas formas de habitação, especialmente depois do Plano Diretor de 1992, que alterou o gabarito das novas edificações, permitindo a construção de prédios de 15 andares em áreas nobres.

Nesse sentido, o que se pôde observar acerca das legislações enquanto ações do Estado, ou ainda, dos Planos Diretores de São Luís, é que eles têm funcionado como mecanismos de preservação e regulamentações que favoreceram/favorecem a especulação imobiliária. Dessa forma, as legislações serviram muito mais ao mercado de imóveis e muito menos, à produção da cidade. A intenção do Estado, neste caso, não foi legislar em favor da produção de habitação para a demanda urbana, mas em favor dos interesses dos agentes produtores do espaço urbano especialmente, os bancos privados, os bancos estatais e as incorporadoras.

Destacou-se também, que a partir da entrada do capital de incorporação no mercado imobiliário de São Luís, o uso do solo urbano foi estrategicamente

alterado e para promover a ideia de habitar novos espaços, em novos imóveis produzidos em São Luís, o mercado passou a utilizar ostensivamente o discurso da mídia, que destacou, no caso do Farol da Ilha, a vista para o mar, a localização, a vizinhança, as inúmeras opções de lazer, a segurança e os serviços de hotelaria oferecidos pelo condomínio, sob a gestão de um *concierge*.

Está aí a novidade, eis a nova expressão de produção do espaço urbano de São Luís. E o mercado imobiliário, conforme visto, está sempre em busca do novo, da nova expressão capaz de seduzir o consumidor. As inovações nas novas residências, entretanto, ao passo que valorizam novos espaços, depreciam o estoque das antigas formas de se habitar a cidade, numa ação predadora, de consumo do espaço urbano. Isso ocorre muito em função das elites buscarem se diferenciar das massas, mas da classe média também, usando para tanto, o poder simbólico, contido na diferenciação simbólica do espaço mercador.

Portanto, o deslocamento espacial dos capitais de construção e incorporação imobiliária para o bairro da Ponta d'Areia, Ponta do Farol e Calhau, bem como a novidade do condomínio *club* com gestão hoteleira, nada mais é que a busca de novas opções para transformação de usos do solo e alteração dos padrões de ocupação, sob a possibilidade de obtenção de maiores lucros imobiliários marcados com novas expressões e possibilidades de reprodução do capital.

Nesse sentido, o que observou-se ao longo da pesquisa foi que os capitais, ao se deslocarem espacialmente, antecipam seus ganhos e impõem mudanças no padrão de ocupação de novas áreas, caso da Ponta d'Areia, induzindo as demandas a consumirem novas moradias em novas localizações, fator este, que tende a aumentar a densidade habitacional destes bairros, já que morar entre iguais constitui uma das principais motivações das famílias na escolha residencial.

Logo, morar em um condomínio *club* com gestão hoteleira passa uma informação à sociedade acerca do lugar social do sujeito proprietário, um lugar de enunciação discursiva, que simboliza *status* social, prestígio e hierarquia. Isso retorna ao mercado imobiliário em forma de valorização dos produtos de habitação ou mesmo dos imóveis comerciais que se encontram na área de influência social do condomínio.

A partir dos elementos apontados no texto, pode-se concluir, também, que ao comprar um imóvel em um condomínio fechado de alto padrão, as famílias têm a pretensão de tornarem-se investidoras, devido à possibilidade futura de extraírem

sobrelucros de localização, mas no caso do Farol da Ilha, a incorporadora Cyrela tornou-se a maior concorrente do seu próprio investidor, devido ao seu capital de incorporação muito alto, que lhe permite baixar o preço do estoque a um nível mais baixo que o do investidor, para realizar, primeiro, a venda do imóvel. Ressalte-se que, até 26 de julho do presente ano, data do último contato com a imobiliária da Cyrela, ainda haviam em estoque 4 unidades de 187 m<sup>2</sup> e apenas 1 unidade de 142m<sup>2</sup>.

Diante do exposto, pode-se dizer que o condomínio Farol da Ilha tornou-se ainda, condição para a reprodução do capital, pois está situado numa área de expansão urbana bem sucedida, o que vem beneficiando tanto o Estado, quanto os demais agentes empreendedores do mercado de terras em São Luís: as incorporadoras, construtoras, instituições bancárias e imobiliárias.

Depreende-se, ainda, que nos espaços privilegiados pelas belezas naturais, na orla do município de São Luís, o valor de uso, ou ainda, de moradia, foi substituído pelo valor de troca, ou seja: a terra construída passou a receber um valor e este valor, tanto maior, quanto mais privilegiado o local de instalação da habitação, que dessa forma, passa a produto imobiliário.

O espaço produzido pelo capital, no seu processo de reprodução, tornou-se, portanto, político e estratégico. Político, porque visou atender a interesses diversos e dos diferentes agentes envolvidos na reprodução do capital. Estratégico também, pois quem detinha o poder sobre a terra, pôde escolher (sob que forma) o capital iria se reproduzir no local onde foi construído o Farol da Ilha.

Assim, voltando-se ao problema original, descrito na introdução desta dissertação: “como o Condomínio Farol da Ilha torna-se condição e nova expressão da reprodução do capital no espaço urbano de São Luís (MA)?” Pode-se constatar que, no caso específico do condomínio Farol da Ilha, o objetivo do capital não foi a produção do espaço em si, mas a reprodução do capital, em forma de unidades habitacionais de alto padrão e com enorme potencial para gerar lucro à incorporadora Cyrela, proprietária da área e responsável pela obra.

Essa afirmação derivada dos resultados teóricos e empíricos da pesquisa resulta, conseqüentemente, da condição socioespacial da Ponta d’Areia, que na década de 1974 era apenas local de trabalho de pescadores/atravessadores; na década de 1984, passou a lugar de lazer para famílias de baixa renda e onde se



localizava grande parte dos clubes de reggae que fizeram de São Luís, a Jamaica brasileira.

A proximidade com o bairro do São Francisco e com a Ilhinha, o ainda resistente clube de reggae que permanecem na Avenida dos Holandeses, atraindo pessoas de baixa renda para o local contribui para a falta de motivação dos moradores do Farol da Ilha e de outros condomínios do entorno para utilizarem-se a praia como banhistas, para o lazer ou prática esportiva, somem se a esse motivo, a poluição da água do mar pelo lançamento dos esgotos dos prédios (*in natura*), na praia.

Como a área de lazer do condomínio Farol da Ilha é tão bem equipada e o condomínio fica de frente para o mar, tendo os moradores acesso restrito à praia (que neste caso, é praticamente particular), conclui-se que a produção desse espaço (no modelo *club*) não foi somente um objetivo do capital, mas uma estratégia para que, não necessitando interagir com o bairro, com a cidade, o proprietário pague o preço da segurança e comodidades particulares com vista e acesso exclusivo para o mar.

Esclareça-se que a Ponta d'Areia, apesar de ser um local estrategicamente escolhido para o capital se reproduzir, e ainda que se possa dizer, um espaço luminoso, permanece, conforme descrito acima, como um espaço parcialmente rejeitado por quem pode, hoje, morar lá, afinal, a utilização do espaço urbano da Ponta d'Areia é glamorosa, à medida que se trata das áreas internas do Farol da Ilha ou dos condomínios dessa localidade, dos serviços que estão disponíveis dentro do condomínio ou no interior dos comércios (bares, restaurantes, boates, mercados) que foram instalados ao longo da Avenida dos Holandeses, para atender às necessidades dos novos moradores.

Sobre os serviços da *Facilities home*, estes são projetados para permanecer no local com gestão da Cyrela por 5 anos, o que revela uma preocupação da incorporadora com a manutenção da qualidade do produto imobiliário produzido, mas isso não ocorre somente porque ele vai atender o consumidor que o terá como valor de uso, mas em cinco anos pode haver unidades ainda não comercializadas que podem se desvalorizar com a deterioração ou má conservação do condomínio. Nisso está a intencionalidade por trás da aparente preocupação da Incorporadora Cyrela com a gestão condominial do empreendimento.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Roberto Schmidt de. Aspectos espaciais da ação recente dos incorporadores imobiliários no município do Rio de Janeiro. **Revista Brasileira de Geografia**, Rio de Janeiro, ano 44, n. 2, p. 297-312, abr./ jun. 1982.
- ALVES, Paulo Reynaldo Maia. **Valores do Recife: o valor do solo na evolução da cidade**. Recife: Luci Artes Gráficas, 2009.
- ANTUNES, J. **Da possibilidade à realidade: o desenvolvimento dialético das crises em O Capital de Marx**. 2005. 2 v. Tese (Doutorado em Filosofia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.
- ARAÚJO, Nelson Paes Leme Domingues de. **Os condomínios residenciais horizontais e as transformações na paisagem do Morro do Imperador em Juiz de Fora/MG**. Juiz de Fora, MG: Anppas, 2007. Disponível em: <<http://www.anppas.org.br/encontro4/cd/ARQUIVOS/GT8-373-110-20080510125507.pdf>>. Acesso em: 15 maio 2013.
- AZEVEDO, Aroldo de. São Luiz do Maranhão (primeiros estudos). **Anais da AGB**, São Paulo, v. 5, t. 1, p. 25-40, 1950/51.
- BARBOSA, J. L. A. Da mercadoria ao seu fetiche. **Veredas FAVIP**, Caruaru, v.1, n.1, p. 62-66, jan./jun. 2004.
- BAUDRILARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1973.
- BEZERRA, José de Ribamar Mendes. A paráfrase é mesmo reformulação? In: MOURA, Denilda (Org.). **Os múltiplos usos da língua**. Maceió: Ed. UFAL, 1999. p. 599-604.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertand Brasil, 2004.
- BRANCO, R.C. **Maldições, fetiches e comunismo na crítica da economia política**. 6. ed. [S.l.]: 2008, Cadernos UNIFOA. Disponível em: <<http://www.foa.org.br/cadernos/edicao/06/28.pdf>>. Acesso em: 2 jun. 2013.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal, 1988.
- BURNETT, Frederico Lago. **São Luís por um triz: escritos urbanos e regionais**. São Luís: Ed. UEMA, 2012.
- BURNETT, Frederico Lago. **Urbanização e desenvolvimento sustentável: a sustentabilidade dos tipos de urbanização em São Luís, MA**. São Luís: Ed.UEMA, 2008.

CALDEIRA, Teresa Pires. **Cidade dos muros: crime, segregação e cidadania em São Paulo**. São Paulo: Ed. 34; Edusp, 2003.

CAMBOTTA, Paula. **Concierge.... ferramenta do marketing hoteleiro**. [s.l.:s.n.], 2012.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **A (re)produção do espaço urbano**. São Paulo: Edusp, 2008.

\_\_\_\_\_. **O lugar no/do mundo**. São Paulo: FFLCH, 2007. Disponível em: <<http://www.fflch.usp.br/dg/gesp>>. Acesso em: 15 jan. 2013.

CARLOS, Ana Fani Alessandri; SOUZA, Marcelo Lopes de; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. **A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios**. São Paulo: Contexto, 2011.

CERTO, Samuel C.; PETER, J. Paul. **Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia**. São Paulo: Makron Books, 1993.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração: teoria, processo e prática**. 3. ed. São Paulo: Makron Books, 2000.

CORONATO, Marcos. Os bairros mais cobiçados. **Época**, São Paulo, 4 abr. 2012. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/vida/noticia/2012/04/os-bairros-mais-cobicados.html>>. Acesso em: 15 jan. 2012.

COSTA, Elieser Arantes da. **Gestão estratégica**. São Paulo: Saraiva, 2002.

CYRELA BRASIL REALIT. **Farol da Ilha: perfeito para sua vida**. São Luís, 2009. Disponível em: <[www.faroldailha.com.br](http://www.faroldailha.com.br)>. Acesso em: 15 jan. 2011.

\_\_\_\_\_. **Condomínio Farol da Ilha**. São Luís, 2012. Entrevista concedida pelo diretor comercial à mestrande Josenilde Cidreira Vieira.

\_\_\_\_\_. **Por dentro dos serviços Facilities: uma equipe treinada para prestar atendimento personalizado**. Disponível em: <<http://www.cyrelamais.com.br/por-dentro-dos-servicos-Facilities/>>. Acesso em: 15 jan. 2013.  
Disponível em: <[http://pmcambotta.blogspot.com/2012\\_11\\_01\\_archive.html](http://pmcambotta.blogspot.com/2012_11_01_archive.html)>. Acesso em: 20 mar. 2013.

DUARTE, Newton. **Sociedade do conhecimento ou sociedade das ilusões?** Campinas: Autores Associados, 2003.

ENGELS, F. **A situação da classe operária na Inglaterra**. Lisboa: Presença, 1975.

ESPECIAL Imóveis. **Exame**, São Paulo, ano 27, n. 9, Número especial maio. 2013.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**. Brasília, DF: UnB, 2001.

FELIX, C. E. **A construção da individualidade/subjetividade nos sujeitos sociais.** Disponível em: <[www.seara.uneb.br/sumario/professores/claudioeduardo.pdf](http://www.seara.uneb.br/sumario/professores/claudioeduardo.pdf)>. Acesso em: 30 de maio de 2012.

FERREIRA, Antônio J. de A. O Estado enquanto agente social do urbano. **Revista Geosp**, São Paulo, ano 4, p. 27-37, 1998.

\_\_\_\_\_. **A produção do espaço urbano em São Luís do Maranhão: passado e presente; há futuro?.** São Luís: Ed. JR, 2013.

\_\_\_\_\_. **O Estado e as políticas do urbano em São Luís.** 1999. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999.

FERREIRA, Antônio J. de A; SILVA, Cláudio R. M. A lógica capitalista da produção do espaço urbano de São Luís (1971 a 2003). In: SIMPÓSIO NACIONAL DE GEOGRAFIA URBANA, 9., 2005. **Anais...** Manaus-AM: Ed. da Universidade Federal do Amazonas, 2005. 10p.

FIANI, R. A crise dos bens culturais como mercadorias. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v.5, n. 2, p. 231-246, set. 2009. Disponível em: <<http://www.ibict.br/liinc>>. Acesso em: 21 jun. 2013.

FONSECA NETO, Hermes da. A mobilidade residencial em São Luís. In: PLUEGER; SALGADO NETO. (Org.) **Aspectos urbanos de São Luís: uma abordagem multidisciplinar.** São Luís. Ed. UEMA, 2012.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber.** 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

GIMÉNEZ, Humberto Marshal Mendes. **A verticalização de Maringá: o caso do novo centro: uma urbanização do possível.** 2007. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2007.

GOTTDIENER, Mark. **A produção social do espaço urbano.** São Paulo: Edusp, 1993.

HAESBAERT, R. **Gaúchos no Nordeste: modernidade e identidade.** 1995. Tese (Doutorado em Geografia Humana) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 1995.

HARVEY, David. **O enigma do capital e as crises do capitalismo.** Tradução de João Alexandre Peschanski. São Paulo: Boitempo, 2011.

IMOBILIÁRIA PEREIRA FEITOSA. **Condomínio Farol da Ilha.** São Luís, 2012. Entrevista concedida pelo diretor comercial à mestranda Josenilde Cidreira Vieira.

INFANTE, Ulisses. **Do texto ao texto**: curso prático de leitura e redação. São Paulo: Scipione, 1998.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censos demográficos**: 1991, 2000, 2010. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

INSTITUTO MARANHENSE DE ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS E CARTOGRÁFICOS. **Situação Ambiental da Ilha do Maranhão**. São Luís: IMESC, 2011.

KURZ, R. **O colapso da modernização**: da derrocada do socialismo de caserna à crise da economia mundial. Tradução de Karen Elsabe Barbosa. 5.ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

LEFEBVRE, Henri. **A cidade do capital**. Tradução de Maria Helena Rauta Ramos e Marilena Jamur. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes, 1989.

MARICATO, Ermínia. As idéias fora do lugar e o lugar fora das idéias. In: ARANTES, Otilia; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. **A cidade do pensamento único**: desmanchando consensos. Petrópolis, RJ: Vozes, 1988.

MARTINS, Gilberto de Andrade. Metodologias convencionais e não-convencionais e a pesquisa em administração. **Caderno de Pesquisa em Administração**, São Paulo, v. 00, n. 0, p. 1-5, 1994.

MARX, Karl. **A ideologia alemã**. 9. ed. São Paulo: Hucitec, 1993.

\_\_\_\_\_. **O capital**: crítica da economia política. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1994. v. 1.

MEDINA, Carlos A. de. Uma questão que nos interessa: o condomínio. In: VALLADARES, L. (Org.). **Habitação em questão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1981. p. ?

MÓISES, Massaud. **Dicionário de termos literários**. São Paulo: Cultrix, 2004.

MORAES, Antonio Carlos Robert. **Geografia histórica do Brasil**. cinco ensaios, uma proposta e uma crítica. São Paulo: Annablume, 2009.

MOURA, Rosa et al. Territorialidades em movimento. In: ULTRAMARI, Clovis; MOURA, Rosa. (Org.). **Metrópole, Grande Curitiba**: teoria e prática. Curitiba: IPARDES, 1994. 154p. Disponível em: <[www.ipardes.pr.gov.br/biblioteca/docs/metropole\\_12\\_94.pdf](http://www.ipardes.pr.gov.br/biblioteca/docs/metropole_12_94.pdf)>. Acesso em: 17 fev. 2013.

NAPOLITANO, Giuliana; MEYER, Carolina; STEFANO, Fabiane. A hora é de comprar ou vender? **Exame**, São Paulo, ano 46, v. 1017, n. 10, p. 41-96, 2012.

O ESTADO DO MARANHÃO, São Luís, n. 8951, 1988. p.1.

ORLANDI, Eni P. **Discurso e leitura**. Campinas: Cortez, 1988.

PIRES, V. Fetichismo na teoria marxista: um comentário. **Revista Impulso**, 23, jan. 1999. Disponível em: <[www.unimep.br/phpg/editora/revistaspdf/imp22\\_23art09.pdf](http://www.unimep.br/phpg/editora/revistaspdf/imp22_23art09.pdf)>. Acesso em: 2 jun. 2013.

POSSENTI, Sírio. Apresentação da Análise do discurso. **Glotta**. São José do Rio Preto, v.12, p.45-59, 1990.

POULANTZAS, Nicos. **O Estado, o poder, o socialismo**. Rio de Janeiro: Marco Zero/ Studio Alta, 1982.

POUND, Ezra. **Abc da literatura**. São Paulo: Cultrix, 2007.

PRADO, C. B. **Liberdade e capital em Karl Marx**. 2010. 177f. Dissertação (mestrado em Filosofia) – Centro de Ciências Humanas e Sociais – Universidade Estadual do oeste do Paraná, Campus de Toledo, Toledo, PR, 2010.

RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993.

RIBEIRO JÚNIOR, José Reinaldo Barros. **Formação do espaço urbano de São Luís**. São Luís: FUNC, 2001.

RIBEIRO, Luiz César Queiroz. **Dos cortiços aos condomínios fechados: as formas de moradia na cidade do rio de Janeiro: Civilização Brasileira**, 1997.

RICHARDSON, Roberto Jary et al. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RONIERD BARROS CONSULTORIA IMOBILIÁRIA. **Condomínio Farol da Ilha**. São Luís, 2012. Entrevista concedida pelo diretor comercial à mestranda Josenilde Cidreira Vieira.

SANTOS, J. H. S. **Análise por geoprocessamento da ocupação da Franja Costeira ao Norte da cidade de São Luís – MA**. Rio de Janeiro: IGEO/PPGG/UFRJ, 1996.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 4. ed. São Paulo: Edup, 2004.

\_\_\_\_\_. **Espaço e método**. São Paulo: Nobel, 1985.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maíra Laura. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI**. 16. ed. Rio de Janeiro: Record, 2012.

SANTOS, Protásio César dos. **Discurso da mídia impressa sobre a implantação da Alcoa Mineração S.A. em São Luís, Maranhão**. 2010.369f. Tese (Doutorado em

Desenvolvimento Sustentável) – Núcleo de altos estudos Amazônicos, Universidade Federal do Pará, Belém, 2010.

SÃO LUÍS. Prefeitura Municipal. **Plano diretor de São Luís**. São Luís, 1981.

\_\_\_\_\_. **Plano diretor de São Luís**. São Luís, 1977.

\_\_\_\_\_. **Plano diretor de São Luís**. São Luís, 1992.

\_\_\_\_\_. **Plano diretor de São Luís**. São Luís, 2006.

\_\_\_\_\_. **São Luís: uma leitura da cidade**. São Luís: Instituto da Cidade, 2006.

SASSEN, Saskia. **Os espaços da economia global**. Nova York: Universidade de Colúmbia, 1995.

SEIFFERT, Mari Elizabete Bunardim. **Gestão ambiental**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

SELL, C. E. **Sociologia clássica: Durkheim, Weber e Marx**. 2. ed. Itajaí: Ed. Univali, 2002.

SHIMBO, Lúcia Zanin. Cidades médias carimbadas: a produção imobiliária por empresas construtoras de capital aberto. In: PEREIRA, Paulo Cesar Xavier (Org.). **Negócios imobiliários e transformações sócio-territoriais em cidades da América Latina**. São Paulo: FAUUSP, 2011. p. 49-72.

SILVA, A S da. Fetichismo alienação e educação como mercadoria. **Revista Reflexão e Ação**, santa Cruz do Sul, v. 19, n. 1, jan./jun. 2011.

SILVA, Cláudio Roberto Marques da. **A Lógica Capitalista da Produção do Espaço Urbano de São Luís de 1971 a 2003**. Relatório Parcial da Pesquisa Financiada pelo PIBIC/CNPq, cota 20032004. São Luís: PIBICUFMA/CNPq, 2003. 57p. il.

SILVA, José Afonso da. **Direito urbanístico brasileiro**. 4. ed. São Paulo: Malheiros, 2006.

SILVA, Luís Edgar Ferreira da. **A zona de expansão urbana na região metropolitana de São Luís-MA: dispersão urbana e condomínios fechados no período de 1990 a 2010**. 2012. Monografia (Graduação em Geografia) – Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2012.

SIMÕES, J. L. **Fetichismo e reificação: conceitos importantes na discussão do tema lazer**. 1998.232f. Dissertação (Mestrado em educação), Universidade metodista de Piracicaba, Piracicaba, 1998.

SINDICATO DAS INDÚSTRIAS DA CONSTRUÇÃO CIVIL DO MARANHÃO. **Pesquisa IVV – índices de velocidade de vendas dos imóveis em São Luís**. São Luís: SINDUSCON-MA/IEL-MA, 2009. (Relatório, n. 11).

SINDICATO DOS ENGENHEIROS NO ESTADO DO MARANHÃO. **Retrospectiva e agenda do Fórum Metropolitano da Grande São Luís**. São Luís: SENGE-MA, 2012.

SOARES, Josélya M. de Aguiar et al. Dinâmica da paisagem na área de entorno da Laguna da Jansen em São Luís-MA. In: REUNIÃO ANNUAL DA SBPC, 58., 2006. **Anais...** Florianópolis, 2006. Disponível em: <[http://www.sbpnet.org.br/livro/58ra/SENIOR/RESUMOS/resumo\\_3342.html](http://www.sbpnet.org.br/livro/58ra/SENIOR/RESUMOS/resumo_3342.html)>. Acesso em: 20 abr. 2013.

SOUZA, Clara Raissa Pereira de. **Políticas públicas de habitação e transporte: o programa Minha Casa, Minha Vida em São José de Ribamar, Maranhão**. São Luís, 2011.

SOUZA, Demétrius Coelho. **O meio ambiente das cidades**. São Paulo: Atlas, 2010.

SOUZA, Maria A. A. de. **A Identidade da metrópole: a verticalização em São Paulo**. São Paulo: Hucitec/ Edusp, 1994.

SOUZA, Maria Julieta Nunes de. “Sorria você está sendo filmado”: vigilância do cotidiano nas grandes cidades. In: ENCONTRO NACIONAL EM PLANEJAMENTO URBANO E REGIONAL. 10., 2003, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: ANPUR, 2003.

SPÓSITO, Maria Encarnação B. **O chão arranha o céu: a lógica da reprodução monopolista da cidade**. 1991. Tese (Doutorado em Organização do Espaço) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1991.

TARGINO, Renata Soares. **Do alto das torres, os novos modos de morar em condomínio**. 2009. 71p. Monografia (Graduação em Arquitetura e Urbanismo) - Universidade Estadual do Maranhão, São Luís, 2009.

TAVARES, Haroldo. Engenharia e visão mudaram cenário da capital [Entrevista]. In: SINDICATO DOS ENGENHEIROS NO ESTADO DO MARANHÃO. **Retrospectiva e agenda do Fórum Metropolitano da Grande São Luís**. São Luís: SENGE-MA, 2012. p.16-20.

VAZ, Lilian Fessler. **Modernidade e moradia: habitação coletiva no Rio de Janeiro séculos XIX e XX**. Rio de Janeiro: Ed. 7 Letras, 2002.

VILLAÇA, Flávio. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Studio Nobel/ FAPESP/Lincoln Institute, 2001.

WEBER, Max. **Ensaio de sociologia**. 2. ed. Rio de Janeiro: Zatar, 1971.



APÊNDICE A – Modelo de questionário apresentado aos gestores da Cyrela, Facility Home, Francisco Rocha, Pereira Feitosa e Cyrela e Cia.

- 1) Como você percebe a intenção da Cyrela de construir “o melhor lugar para viver” se no entorno ainda tem-se a desconformidade de uma paisagem de opostos?
  
- 2) A produção do espaço urbano da Ponta d’Areia é uma reprodução do capital – simplesmente – ou um conjunto com o “ideológico e o edônico da formação discursiva de um espaço novo para viver?
  
- 3) Ao oferecer “o espaço do bem viver”, você como corretor tem consciência/ conhecimento de todas as facilidades que advirão aos futuros moradores?
  
- 4) Quais os itens mais fortes na venda do “espaço do bem viver”, Farol da Ilha?
  - ( ) Localização privilegiada
  - ( ) Segurança
  - ( ) Conforto/serviços
  - ( ) Beleza natural
  - ( ) Preço
  - ( ) Todas as alternativas
  
- 5) Onde você mora? Que diferenças você pode listar, entre morar no condomínio Farol da Ilha e a sua moradia?

APÊNDICE B – Questionário entregue aos corretores da Cyrela e das imobiliárias Francisco Rocha, Pereira Feitosa e Ronierd Barros.

- 1) Como você definiria o condomínio Farol da Ilha? Você saberia caracterizar o condomínio e as unidades habitacionais?
  
- 2) Você considera o condomínio Farol da Ilha um diferencial (uma nova expressão) de moradia em São Luís? Por que? Você saberia discorrer sobre o termo *concierge*?
  
- 3) Como foi, para você, oferecer um produto imobiliário inovador e com unidades habitacionais em três dimensões (142,83 m<sup>2</sup>, 187 m<sup>2</sup> e 739,85 m<sup>2</sup>) em área privilegiada?
  
- 4) Como o cliente investidor (que comprou na planta para ter o imóvel valorizado) tem reagido ante à ação da Cyrela, de baixar os preços para “queimar o estoque”?
  
- 5) No caso específico do Farol da Ilha, o que é/era melhor (ou mais vantajoso) para o cliente: comprar o apartamento na planta ou hoje, pronto para morar?