

# **O MITO DA ESCASSEZ DO SOLO URBANO E A PRODUÇÃO CAPITALISTA DO ESPAÇO**

**Antonio Andrade Mota**

Professor de Geografia da SEC/BA.

E-mail: tonimota.geo@hotmail.com

**Wedmo Teixeira Rosa**

Professor do IFPE de Recife/PE

E-mail: wedmo.tr@bol.com.br

## **Resumo**

Entender o processo de construção do espaço urbano na contemporaneidade e sua dinâmica é sem dúvida um grande desafio para todos os estudiosos (geógrafos, economistas, urbanistas, sociólogos, arquitetos...) que se debruçam em busca de pressupostos teóricos e metodológicos que atenda tal configuração espacial. O grande gestor deste processo sem dúvida que é o “sistema capitalista”, principalmente após a Primeira Revolução Industrial. Este cria o mito da “escassez” do solo, do verde, da segurança, da qualidade de vida, entre outros, para retirar o maior proveito possível. Assim, o capital vai determinando o que é de fato importante ou não para as sociedades, descrevendo os caminhos que estas devem seguir, sempre em busca da maximização de seus lucros em detrimento da real necessidade da população. Desta forma, descrevemos como atua o sistema capitalista e analisamos o mito da “escassez”, dando como destaque o “comércio do verde”, a atuação das imobiliárias e o cenário atual da Cidade de Santo Antônio de Jesus, localizada no Recôncavo Sul do Estado da Bahia.

## **1 O Mito da Escassez e a Produção Capitalista do Espaço Urbano**

As questões que envolvem a escassez e a produção do espaço urbano no Brasil vêm ao longo das últimas décadas requerendo cada vez mais trabalhos científicos (pesquisas) sobre esta problemática. Pois estas questões (escassez, produção do espaço) diante de suas dinâmicas vêm instigando muitos dos estudiosos que se lançam em busca de respostas que satisfaçam ao menos uma parte desta temática.

Este dinamismo não vem atrapalhando a busca pelo conhecimento, muito pelo contrário, tem trazido inúmeros pesquisadores (geógrafos, economistas, urbanistas, sociólogos, arquitetos...) para debater a fundo, buscando alternativas para a compreensão do que vem ocorrendo nos espaços urbanos das cidades nacionais e de outros países.

Acreditamos ser de interesse da academia a caça por conhecimentos que eleve a qualidade de vida da população, a partir de trabalhos que apresente alternativas sérias e concretas. Desta forma, a participação das Universidades é uma necessidade para o melhor entendimento da maior construção humana, a cidade.

As transformações e fenômenos que ocorrem no espaço urbano devem ser assim, analisados e postos em evidência para que os gestores e as comunidades envolvidas saibam do que está acontecendo ao seu redor. Propor soluções para a comunidade e a base de sustentação de qualquer trabalho de cunho social desenvolvidos pelas Universidades.

A partir dos conhecimentos fornecidos pelas Universidades os gestores (prefeitos, vereadores, secretários e as organizações não governamentais) poderão elaborar planos de gestão que atenda ao maior número possível de pessoas na/da cidade. As comunidades esclarecidas de seus direitos, deveres e dos fatos que a acometem pela ação do capital poderão ser norteadas com maior clareza nos seus atos em busca de soluções para os seus problemas, não mais iludidas pelos agentes capitalistas, que a todo o momento buscam ilusões para a acumulação de capital.

O espaço urbano pode ser definido a partir de sua principal característica: bairro residencial (morar); bairro industrial; centro comercial; área de lazer; espaços públicos (praças e jardins); entre outras definições. Contudo é a sua dinâmica e como agem os agentes capitalistas neste

espaço, o que de fato mais interessa a este trabalho, não procurando esgotar a temática, mas principalmente fazendo alguns questionamentos que conduza a respostas mais concretas. Assim, procuramos entender, como se dá a consolidação dos espaços urbanos pela atuação do capital?

O espaço urbano tem uma dinâmica que requer muito esforço para a sua compreensão – verdadeira –, desprovida de preconceitos e verdades absolutas, (SANTOS, 1999, p. 51) diz que “o espaço é hoje um sistema de objetos cada vez mais artificiais, povoados por sistemas de ações igualmente imbuídos de artificialidades, e cada vez mais tendentes a fins estranhos ao lugar e a seus habitantes”. E estas artificialidades são construídas principalmente pelo capital que atua em busca de maximização dos lucros e da produtividade, sem distinção de seus valores éticos ou mesmo humanos.

A questão urbana tem no seu entendimento várias ambigüidades, o que conduz a um esforço cada vez maior por parte daqueles que se propõe a estudá-la, assim:

Para apresentar e expor a “problemática urbana”, impõe-se um ponto de partida: o processo de industrialização. Sem possibilidade de contestação, esse processo é, há um século e meio, o motor das transformações na sociedade. Se distinguirmos o indutor e o induzido, pode-se dizer que o processo de industrialização é indutor e que se pode contar entre os induzidos os problemas relativos ao crescimento e à planificação, as questões referentes à cidade e ao desenvolvimento da realidade urbana, sem omitir a crescente importância dos lazeres e das questões relativas à “cultura”. (LEFEBVRE, 2001, p. 3).

Pode-se então apresentar como o grande instrumento de produção do espaço urbano – o processo de industrialização – pois este é a base do capitalismo, que norteia as transformações e fenômenos que ocorrem às vezes lentos, noutros apresenta-se bastante dinâmica, contudo é um processo contínuo.

No processo de compreensão dessas transformações torna-se necessário, contudo, considerar preliminarmente dois elementos de diferenciação. Ou seja, é necessário considerar o fato de que as transformações que se verificam no espaço metropolitano são diferenciadas segundo duas linhas de diferenciação. (CORRÊA, 2005, p. 170)

Com esta afirmação pretende-se confirmar que as transformações ocorrem de formas diferenciadas nos espaços e a atuação do capital percorre caminhos diferenciados de acordo

com os seus interesses, não deixando de privilegiar os espaços que podem de alguma forma agregar maior valor, seja simbólico ou concreto.

O capital procura sempre atuar onde os espaços (enquanto mercadoria) possam ser mais lucrativos, onde seja possível elevar os valores mesmo onde antes não havia qualquer interesse comercial. Na nova configuração espacial da cidade a habitação tem promovido um grande alvoroço nos agentes capitalistas que as manipulam.

São – as imobiliárias – em especial que daremos destaque neste trabalho, pois as destacamos como um dos agentes que mais intervém na construção capitalista dos espaços urbanos na atualidade. A necessidade de morar tem promovido transformações na forma de aquisição, onde valores diversos e alguns superficiais (simbólicos) são oferecidos como uma necessidade indispensável.

Como exemplo básico, podemos destacar a oferta (venda) da natureza como elemento imprescindível para a qualidade de vida, fato que tem promovido inúmeras campanhas publicitárias em contrapartida a realidade do espaço, que em muitos casos não oferece verdadeiramente nada do que prega as campanhas.

Como convencer uma parcela da população de alta renda a abandonar a metrópole, aumentar os seus custos e tempo de deslocamento, bem como os seus gastos para a manutenção da residência? “Vendendo o verde”. Criando a necessidade do consumo de espaços verdes, de uma vida saudável longe da poluição e embolsando lucros fantásticos. (CARLOS, 1994, p. 3).

Estes agentes imobiliários criam simbolicamente a necessidade do verde, como elemento primordial para uma vida de alta qualidade, faz crer que o homem precisa habitar próximo a uma área verde, e neste caso oferecem uma única árvore e elabora inúmeros instrumentos de persuasão iludindo aquele que pode pagar.

Deixemos este ponto bem claro, a ilusão do verde – do natural – tem um preço que nem todos que desejam podem pagar. A vida nos centros urbanos é construída pelos agentes capitalistas que costumam definir o que é melhor para a população – aquela que pode pagar. Assim, os loteamentos fora da malha urbana próximo do “verde/natureza” são apresentados como a mais nova e necessária forma de se viver bem.

O comércio do “verde” pelos agentes imobiliários é uma demonstração evidente de que o capital produz o espaço urbano a seu bem querer. Não encontrando elementos – jurídicos, políticos – que de fato possa atrapalhar a sua atuação assim, costumam elaborar planos de qualidade de vida e oferece-los como a mais absoluta verdade.

O espaço é um produto material em relação com outros elementos materiais – entre outros, os homens, que entram também em relações sociais determinadas, que dão ao espaço (bem como aos outros elementos da combinação) uma forma, uma função, uma significação social. Portanto ele não é uma pura ocasião de desdobramentos da estrutura social, mas a expressão concreta de cada conjunto histórico, no qual uma sociedade se especifica. (CASTELLS, 2000, p. 181-182).

Os agentes imobiliários não devem atuar conforme exclusivamente os seus interesses isolados, o espaço no qual atuam possui e mantém relações com outros elementos, que necessitam ser respeitados. O Espaço de atuação destes agentes tem uma forma, uma função, que agrega outros valores, não podendo ser negociados por força de propagandas ilusórias, formadora de opiniões equivocadas, sem uma base de sustentação. Nortear o cidadão a comprar um terreno pelo valor real é não pelo seu valor simbólico, desprezado tantos outros, iludidos pela força do marketing, não deve prevalecer em uma sociedade, pois estará fomentando o seu próprio calvário.

Os agentes imobiliários vêm nortear as práticas cotidianas, criando necessidades supérfluas e desprezando a verdadeira essência da cidade. As conquistas da sociedade surgem a partir dos interesses dos agentes capitalistas que limitam o acesso, e definem o que de fato é uma vitória, atuam consolidando os seus interesses, desprezando a atuação do Estado, que em muitos casos se sentem impotentes para a solução de alguns fatos, como a apropriação da natureza pelas imobiliárias.

A apropriação da natureza pelas empresas do mercado imobiliário de Florianópolis/SC (Sul do Brasil) ocorre em um processo de valorização monetária de condomínios e loteamentos para a população de alta renda, desenvolvendo um acesso desigual à natureza na cidade. A natureza a infra-estrutura e a qualidade de vida urbana são alguns dos aspectos vendidos pelo marketing imobiliários em Florianópolis. (HENRIQUE, 2005, p. 1)

O caso de Florianópolis pode muito bem ser empregado para outras cidades, neste caso fazemos uma relação direta com a cidade de Santo Antônio de Jesus, Bahia (Figura 1 – em

anexo). Esta cidade fica às margens da BR 101 a cerca de 190 quilômetros da capital baiana. Possui destaque por sua infraestrutura e principalmente por ser pólo de comércios e serviços, polarizando mais de 25 cidades da região.

Em Santo Antônio de Jesus os agentes imobiliários têm promovido a expansão urbana , como nunca se viu na história da cidade. Esta caminha por onde os interesses das imobiliárias são mais rentáveis, fica visível também a falta de atuação da Prefeitura Municipal no ordenamento do solo urbano, o que tem promovido à apropriação e conseqüentemente o uso indevido do solo urbano.

Se o marketing se faz presente na elaboração do espaço urbano de Florianópolis, em Santo Antônio de Jesus não é muito diferente, ele é pensado para criar na sociedade local a necessidade de uma habitação próxima do verde, da natureza, longe do centro “poluído”. Assim, parte da população financeiramente mais provida se desloca para os condomínios nas áreas rururbana, sem grande infra-estrutura de acesso e de segurança, contudo, acreditando estar mais próxima da “qualidade de vida” desejada.

A produção do espaço urbano pelo sistema capitalista não traz só o “verde” como elemento de valorização, certamente que outros atrativos são lançados na tentativa de capturar parte da sociedade que pode pagar por estas supostas benfeitorias do/no espaço urbano. A qualidade do ar, o acesso ao centro comercial e de serviços, o tamanho dos lotes, quadras e piscinas para lazer, a segurança são atrativos que os agentes usam para poder concretizar os seus objetivos.

Quando fazemos a relação da construção do espaço urbano pelo capital utilizando-se da natureza, do verde, a fazemos com a intenção de destacar esta forma que esta na “moda”. Vender o verde no Brasil e em especial em Santo Antônio de Jesus tornou-se algo altamente lucrativo, não para a natureza, mas para os agentes imobiliários que a usa da forma que melhor lhe convém, não deixando de destacar para não ser no mínimo ingênuo, a força do marketing na elaboração e concretização dos negócios arrolados. Ainda citando Henrique (2005):

A venda dos lotes, casa e apartamentos em Jurerê Internacional pode ser caracterizada com um grande e rápido sucesso. Isso se deve às grandes campanhas publicitárias do local, muitas delas vinculadas à natureza. Segundo o sítio da Internet ([www.habitasul.com.br](http://www.habitasul.com.br)), Jurerê Internacional é sinônimo de qualidade de vida, onde tudo está em harmonia com a natureza. (HENRIQUE, 2005, p. 7).

O espaço urbano vem sendo construído sempre com os agentes imobiliários definindo o que é ou não importante, o que é ou não necessário. E as pessoas vão ficando cada vez mais reféns destes incorporadores. Estes não medem esforços para a maximização de seus lucros, que são obtidos por meios diversos, principalmente da ilusão da necessidade, e da construção da “escassez urbana”, fato este que iremos destacar a partir de agora.

Um dos graves problemas apresentados nas grandes e médias cidades brasileira é a falta de espaço para novas construções, em algumas delas (Rio de Janeiro e São Paulo) a verticalização não é mais uma alternativa viável. Saturado, o mercado imobiliário busca alternativas para superar esta “escassez”. Contudo, tem-se apropriado desta possível escassez para a obtenção de altíssimos preços na comercialização de um terreno.

Os negócios referentes à habitação adotam caminhos diversos, neste caso à associação “marketing e qualidade de vida” toma proporções que não mais se consegue controlar. Os agentes responsáveis respaldados pela força do seu capital estabelecem prioridades e delimitam ações que os conduzirão para o sucesso de seus respectivos empreendimentos.

Deve-se pensar o espaço urbano e sua construção de forma mais ampla, onde toda a população deve estar envolvida e que a escassez não seja utilizada como artifício para a promoção de alguns grupos mais privilegiados, como no caso de Salvador, onde as construções urbanas para o lazer não tem promovido o acesso integral de parte substancial da população.

O discurso oficial defende a idéia de que os novos equipamentos têm fomentado um novo comportamento nas atividades de lazer dos baianos (até então restritas à praia). No entanto, poucos se beneficiam dos novos parques e praças. A população de baixa renda não dispõe de carro particular nem de transporte coletivo eficiente. Assim, os novos equipamentos – em geral distantes dos bairros periféricos – vêm segregar ainda mais os mais humildes. (SERPA, 2007, p. 51).

A população mais interessada esta cada vez mais afastada (limitada) das melhores intervenções do Estado, o discurso não condiz com a prática e a produção do espaço vai-se definindo por interesses alheios ao verdadeiro interessado – a população mais carente da cidade.

Na cidade de Santo Antônio de Jesus, a escassez do solo urbano é anunciada como um caminho sem volta, onde só os grandes e melhores empreendimentos imobiliários poderão

suprir parte ou completamente as necessidades da população. Surgem então os grandes condomínios e loteamentos residenciais, como a melhor alternativa para a população, afirma as propagandas e os agentes imobiliários.

Entretanto esta solução fica insuficiente – restrita – quando os preços são conduzindo às alturas, desfragmentando sonhos e impossibilitando que parte substancial da população tenha acesso a uma moradia ou a um terreno com maior infra-estrutura. Pois como é sabido para habitar é preciso pagar um preço, e a grande maioria da população não dispõe deste recurso.

A escassez é anunciada coma uma verdade, contudo, a falta de terrenos e ao mesmo tempo o surgimento de inúmeros condomínios e loteamentos demonstra uma incompatibilidade. Faltam-se terrenos e por este motivo os preços são elevados. Como explicar o grande número de condomínios com terrenos disponíveis? Desta forma, fica claro quando compreendemos que:

Não se comercializa a terra, o recurso natural ou o local de qualidade singular, mas a mercadoria ou serviço produzido por meio de seu uso. (...) A escassez se cria pela retenção da terra ou do recurso para uso presente, especulando-se sobre valores futuros. (HARVEY, 2001:222).

Assim, o valor real é sucumbido em detrimento ao valor simbólico – ao valor oferecido a partir da escassez – que maximizam as qualidades e principalmente os preços, segregando (excluindo) a população que precisa habitar, contudo, não pode pagar. Embora seja de fato desumano o capital não faz nenhuma relação com esta situação. Como o principal gestor do espaço urbano, o capital, define a produção e a escassez como instrumentos que o possibilita a definir metas e estabelecer critérios aos seus interesses.

A escassez de terrenos na cidade de Santo Antônio de Jesus é verdadeiramente simbólica, no espaço urbano é raro a verticalização, com pouca aglomeração, o fluxo de veículos e pedestres se apresenta sem grandes complicações, a poluição (ar, sonora e visual) é insignificante e a uma considerável oferta de terrenos nas principais ruas e avenidas da cidade, não justificando os elevados preços dos terrenos na malha urbana da cidade. Ficando claro que *a escassez é uma produção do e para o capital.*

A escassez não é anunciada, pelo contrário é disfarçada em necessidade. Produzindo ilusões que se apresentam como um objetivo para o cidadão comum, que deve fazer ou ter meios para

conquistá-lo, despertando uma carência fictícia de morar próximo ao “verde”, por exemplo, tendo assim uma vida em verdadeira harmonia, uma “família saudável”.

Ainda citando Henrique (2005), este apresenta outro exemplo do uso da natureza e apropriação de conceitos pelas imobiliárias com o intuito único de valorização dos empreendimentos. A escassez é forçosamente utilizada para concretizar o objeto raro, a “natureza intocada”, assim:

O Beach Village congrega vários aspectos da relação ideológica que os agentes do mercado imobiliários estabelecem com a natureza como, por exemplo, a apropriação dos bens coletivos nas propriedades particulares, a natureza e a praia como jardins particulares; a idéia da segregação espacial em função da presença deste recurso cada vez mais raro – a natureza; a romantização da natureza e a valorização do mito da natureza paradisíaca e intocada, negando toda a construção social da natureza ao longo da história humana. (HENRIQUE, 2005, p. 8).

Deste modo, a produção da escassez pelo mercado imobiliário se intensifica nos grandes centros urbano, afim de, entre outros objetivos estabelecer conceitos no qual a sociedade tome como verdade e iniciem um processo irreversível de consumo destes modelos. A conquista da natureza pelo mercado imobiliário é sem dúvida uma grande perda para a sociedade, pois esta é usada em detrimento daquela.

No princípio, tudo eram coisas, enquanto hoje tudo tende a ser objeto, já que as coisas, dádivas da natureza, quando utilizadas pelos homens a partir de um conjunto de intenções sociais, passam, também, a ser objeto. Assim a natureza se transforma em um verdadeiro sistema de objetos e não mais de coisas e, ironicamente, é o próprio movimento ecológico que completa o processo de desnaturalização da natureza, dando a esta última um valor. (SANTOS, 1999, p. 53).

Com esta forma de atuação do mercado, podemos perceber claramente que os caminhos trilhados – construídos – para o futuro da sociedade não será nada promissor, não querendo ser pessimista, contudo, procurando ser em verdade crítico do modelo vigente de atuação do sistema capitalista. Este processo de “desnaturalização da natureza” tem promovido um genocídio ambiental, que ultrapassa limites e fronteira. Considerando o homem parte da natureza, o fim desta é também o fim daquele, o homem caminha em direção a seu próprio “fim” se não mudar os seus hábitos de consumo.

Se a escassez é produto da atuação do capital e a produção do espaço é também fruto da manifestação do mercado, devemos então entender que:

O mundo precisa e deve ser mostrado, analisado e entendido como uma construção concreta e não como uma imagem idealizada, um mundo fictício. A geografia precisa dar conta de inserir no seu entendimento do mundo as manifestações materiais das esperanças e dos medos da humanidade, e dos conflitantes processos de reprodução social. (HENRIQUE, 2003, p. 3).

A produção do espaço em Santo Antônio de Jesus pelos agentes capitalistas tem favorecido apenas a uma pequena parcela da população, as demais tem sofrido com a exclusão dos benefícios de viver em sociedade, mais precisamente em uma cidade. Fica evidente que a escassez do solo urbano é apenas simbólica, e a oferta destes por preços incompatíveis com a realidade local é a materialização do capital, dos agentes imobiliários.

Esta cidade se destaca no Recôncavo Sul da Bahia como um grande centro comercial e de serviços, entretanto, uma grande parte de sua população não é suprida de suas necessidades básicas (alimentação, vestuário, saneamento básico, rede de esgoto, água tratada, área de lazer), a presença dos inúmeros condomínios residenciais particulares se apresentam como mais uma das formas de segregação espacial existente nesta cidade.

Os preços dos terrenos não são reflexos da realidade local, a exclusão se manifesta pelo não acesso desta parcela da população a uma moradia de qualidade (com uma infra-estrutura básica adequada). Se de um lado o preço do terreno é uma forma primária de excluir, “o verde” o “natural” é uma forma de unir os que de alguma forma podem pagar.

A ilusão da moradia próxima à natureza faz com que estes interessados paguem preços totalmente conflitantes entre o local, o tamanho e a realidade da cidade em questão. A “escassez” destes terrenos é uma das ferramentas mais utilizadas para a aquisição de preços elevados. A exclusividade também é outro ponto destacado (marketing) pelas imobiliárias quando da venda dos terrenos.

A farsa do “verde” “do puro” e do “natural” é logo demonstrada (figura 1) tão imediatamente se faça uma simples observação do local. O contraste prontamente fica evidente, entre o “verde” e o “degradar o verde”. Protegidos por muros, estes condôminos parecem não ter muito interesse ao que acontece ao seu redor, mesmo sendo estes os agressores de sua própria área de moradia.

Figura 1

Vista parcial do Condomínio Conto dos Pássaros, onde a rede de esgotos é direcionada para uma nascente próxima ao Condomínio.



Fonte: Antonio Andrade Mota. Janeiro / 2007.

A figura em destaque é uma demonstração evidente de como o capital pode atuar. No nome do empreendimento ver-se, a natureza como destaque, a paz e sonoridade dos cantos dos pássaros, na realidade do lugar a materialização da degradação do verde/natural, aquele mesmo utilizado pelo marketing quando da oferta dos lotes/parcelas e das promessas de uma vida com maior qualidade.

A reestruturação imobiliária modificou os processos espoliativos e vem apoiando-se em novos instrumentos das políticas urbanas, como as operações urbanas e imobiliárias começa a priorizar em megaprojetos urbanos e imobiliários, que movimentam maior volume de capital. Destaque-se entre os produtos imobiliários – flats, edge-city, condomínios fechados. – os destinados para as classes médias e altas como uma nova forma de privatização da cidade e destruição da vida urbana. (PEREIRA, 2006, p. 58).

Buscando responder as manifestações que se apresentam no espaço urbano acreditamos que Pereira (2006) tem conseguido elevar o esclarecimento sobre esta problemática. A “destruição da vida urbana” certamente que passa por outros elementos, contudo a atuação dos agentes imobiliários tem definido com mais clareza os rumos que as cidades devem tomar. A força do capital deste setor tem promovido transformações que antes nem se imaginavam, a ver os projetos de refuncionalização e requalificação de áreas ditas degradadas em diversas cidades do mundo como o Rio de Janeiro, Salvador, Barcelona, México, Belém entre outras.

Dando continuidade a força do capital na produção e escassez do espaço urbano, podemos destacar a seguinte citação:

A influência do capital imobiliário não é nova na cidade. Os agentes da mudança urbana representam, na história da urbe, a forma em que os interesses políticos, sociais e, sobretudo, econômicos se mobilizam para materializar seus planos, os quais em definitivo vão moldando a morfologia e a estrutura das cidades. (HIDALGO, 2006, p. 66-67).

Mais uma vez é realçada a intervenção do capital privado na construção de seus interesses sobre a cidade, tendo como pano de fundo, a negligência do Estado que tem a obrigação de regulamentar o espaço urbano. Na falta deste ou em virtude de sua inoperância os agentes imobiliários determinam metas, conceitos, verdades e padrões que são seguidos como se fosse uma obrigação. Estes agentes, tendo a benevolência do Estado, não se restringe a atuar das mais diversas formas sejam elas falsas ou mesmo ilusórias, como destaque, citamos o trabalho de marketing que é utilizado para a consolidação dos megaprojetos de habitação nas áreas verdes da cidade.

## **2 Considerações Finais**

A geografia deve propor conceitos e alternativas que atenda ao anseio do mundo acadêmico e da sociedade em geral, que estabeleça parâmetros de análise para uma vida de melhor qualidade, onde o “espaço vivido” seja ofertado a todos de forma mais justa e igualitária, sem preconceitos ou exclusão.

Procuramos ao longo deste trabalho descrever dois pontos principais. Sendo o primeiro a descrição da produção capitalista do espaço urbano, onde ficou evidente a intervenção e atuação do sistema capitalista de formas e maneiras diferenciadas, sempre procurando atender aos seus próprios interesses em detrimento dos demais.

O espaço urbano é certamente o local de maior empenho do capital, visto o grande poder de agregar valor a tudo que é de alguma forma construído e/ou transformado. Assim, o capital atua conforme as possibilidades de obtenção de lucros, no caso das imobiliárias, as mesmas promovem verdadeiras construções a favor de seus negócios tendo como aliados o marketing.

O verde no espaço urbano – onde não existe mais o natural, o intocado – é mais um elemento de uso do capital. Que o utiliza conforme os seus objetivos desprezando valores socioculturais, manipulando de todas as formas possíveis, conforme o jogo do poder.

A apropriação da natureza pelo capital na produção do espaço urbano é entre outros mais um elemento, não deixando de destacar o uso do lugar, da paisagem, do acesso, da cultura, da geomorfologia. Neste trabalho o uso da apropriação da natureza se faz tão somente, como já afirmamos por está em evidência, sendo assim, defender esta bandeira é de alguma forma estar mais próximo da sociedade mais capitalizada, onde os agentes imobiliários sabedores da questão, não perderiam esta oportunidade.

Assim, o capital produz o espaço urbano a partir de interesses corporativos, sem muita intervenção do Estado ou em alguns casos com a conivência deste, não encontrando de fato barreiras que possa delimitar ou definir limites, ficando a sociedade sujeita ao seu principal interesse, a maximização do lucro.

O segundo ponto de destaque neste trabalho foi à descrição da “escassez” do espaço urbano, onde ficou evidente que não passa de algo simbólico, construído pelo capital, para se apropriar cada vez mais do “espaço vivido”, conduzindo os preços ao seu bem querer. A partir do trabalho de Harvey (2001) foi possível estabelecer uma proposta mais próxima da realidade, onde a escassez é produzida e mantida pelo capital, principalmente.

A escassez enquanto realidade dos terrenos no espaço urbano de Santo Antônio de Jesus é mais uma forma materializada da atuação do capital, afim de poder tirar mais proveito de quem pode pagar. A escassez limita o acesso e cria barreiras, a ilusão da dificuldade de conquista, leva algumas pessoas a pagar preços exorbitantes por um terreno que sabem, em verdade, que não é justo seu valor, o fazem também pela atuação do marketing.

A produção do espaço urbano e a escassez do mesmo que é uma “ficção”, mas que o Estado deve ficar atento é quando possível atuar, enquanto regulador legal da cidade. O Estado não tem o direito de se abster, o seu silêncio é combustível para os agentes capitalista. A cobiça não é pecado e sim um bom milagre no jogo sujo, de regras próprias no qual atual os agentes do capital, o adversário é a sociedade que deve dela tirar proveito, inclusive de sua qualidade de vida.

### 3 Referências

CARLOS, Ana Fani Alessadre. **O meio ambiente urbano e o discurso ecológico**. Revista do departamento de geografia – USP. FFLCH, NÚM 8, 1994.

CASTELLS, Manuel. **A questão urbana**. Tradução de Arlete Caetano. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000, 590 p.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Trajetórias Geográficas**. 3ª ed. Rio de Janeiro. Bertrand Brasil, 2005. 304 p.

HENRIQUE, Wendel, **A felicidade não tem preço tem endereço: Condomínios, Loteamentos e Apropriação da Natureza**. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Universidade de Barcelona. Vol. IX, núm. 194 (14), 1 de agosto de 2005.

\_\_\_\_\_. **Spaces of capital: Towards a critical geography: David Harvey**. Estudos Geográficos. Rio Claro 1(2): 79-81. Dezembro, 2003.

HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005. (Coleção Geografia e Adjacências), 252 p.

HIDALGO, Rodrigo. BORSDORF, Alex. SÁNCHEZ, Rafael. **Os megaprojetos de bairros fechados e as novas periferias nas metrópoles latino-americanas – o caso de Santiago de Chile**. In. Dinâmicas imobiliárias e reestruturação urbana na América Latina. Organizadores Rogério L. L. da Silveira, Paulo C. X. Pereira e Vanda Ueda. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2006, 240 p.

LEFEBVRE, Henry. 1901. **O direito a cidade**. Tradução Rubens E. Frias. São Paulo: Centauro, 2001, 145 p.

\_\_\_\_\_. **A revolução urbana**. Tradução Sérgio Martins. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999, 178 p.

PEREIRA, Paulo César Xavier. **Reestruturação imobiliária em São Paulo (SP): Especificidades e Tendências**. In. Dinâmicas imobiliárias e reestruturação urbana na

América Latina. Organizadores Rogério L. L. da Silveira, Paulo C. X. Pereira e Vanda Ueda. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2006, 240 p.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: Técnica e tempo; Razão e emoção.** São Paulo: 3ª ed. Hucitec, 1999, 308 p.

SPOSITO, Eliseu Savério. **Geografia e Filosofia: Contribuição para o ensino do pensamento geográfico.** São Paulo: Ed. UNESP, 2004, 218 p.

SERPA, A. **O espaço público na cidade contemporânea.** São Paulo: Contexto, 2007. 207 p.