

DE VOLTA À NATUREZA: CONDOMÍNIOS HORIZONTAIS FECHADOS E A VALORIZAÇÃO DO “VERDE”¹

Marizângela Aparecida de Bortolo Pinto (Universidade de Brasília/ UNB)
Mestranda pelo Departamento de Geografia
maribortolo@gmail.com

Yoshiya Nakagawara Ferreira (Universidade Estadual de Londrina-PR/UEL)
Professora titular do Departamento de Geografia
yoshiya@sercomtel.com.br

Resumo

O movimento de volta à Natureza observado atualmente tem promovido reflexões nas mais diversas áreas do conhecimento científico, o que chama a atenção para os processos e os agentes produtores de uma nova lógica de compreensão da Natureza. Diante da problemática ambiental global a Natureza se apresenta como mais um produto em meio às expectativas e desejos da sociedade pós-moderna. Nosso objeto de pesquisa são os condomínios horizontais fechados do grupo Teixeira & Holzmann em Londrina-PR. Nestes empreendimentos a Natureza agora fetichizada, representada por lagos artificiais, resquícios de matas e técnicas paisagísticas se apresenta como objeto de desejo, como mercadorias consumíveis nas cidades. Por isso, nosso objetivo buscou estabelecer um paralelo entre aquilo que representou um dia e como é entendida hoje a Natureza, e o papel da ideologia do “verde” na elaboração de novos produtos e estilos de vida. Pode-se constatar que o desenvolvimento de um mercado consumidor do “verde”, tem como aliados a mídia e a publicidade, que buscam adaptar os produtos ao uso particular. Nesse sentido, a publicidade torna-se elemento importante dentro da dinâmica do capitalismo. É a partir da apropriação da “Natureza” enquanto uma mercadoria consumível, tanto esta na forma concreta, como também simbólica que a “Natureza” é recriada e reclassificada intencionalmente, algo que é inerente à sociedade atual.

Palavras-chave: Homem/Natureza; “verde”; condomínios horizontais fechados; diferenciação físico-social.

1. RELAÇÕES E CONFLITOS ENTRE A SOCIEDADE E A NATUREZA

A relação entre a sociedade e Natureza sempre foi motivo de profundas reflexões, nos dias atuais essa discussão adquire papel fundamental para a compreensão das novas lógicas de produção do espaço geográfico. Com o advento da globalização tem-se novas formas de se pensar a apropriação da Natureza pelo homem. Mas como será que se estabeleceu essa relação ao longo dos séculos? Dialeticamente procuraremos trabalhar indícios que demonstram como se desenvolveram tais vínculos e seu rebatimento na cidade.

No princípio, o homem se relacionava com a Natureza de forma harmônica, no qual a sua sobrevivência se dava a partir daquilo que a Natureza lhe proporcionava, assim:

¹ Trabalho baseado na monografia de bacharelado “A apropriação e o sentido do “verde” nos condomínios horizontais fechados de Londrina-PR”. UEL/ Londrina, 2006. Orientação: Yoshiya Nakagawara Ferreira.

[...] o homem da Natureza escolhia aquelas suas partes ou aspectos considerados fundamentais ao exercício da vida, valorizando, diferentemente, segundo os lugares e as culturas, essas condições naturais que constituíam a base material da existência do grupo. Esse meio natural generalizado era utilizado pelo homem sem grandes transformações (SANTOS, 2004, p. 235).

Observa-se então que o homem se apresenta enquanto ser integrante, mas dependente da Natureza, já que suas ações em prol da sobrevivência ainda se constituem de maneira pouco transformadora.

Henrique (2004) apresenta a Natureza nesse momento enquanto possuidora de uma maior influência sobre o meio, tendo o homem como mais um de seus elementos. Aqui, o contato com a Natureza representava um grande desafio ao homem, pois,

Durante a infância das sociedades, isolados ou agrupados em tribos frágeis, os homens tinham de lutar contra obstáculos tão numerosos, que não podiam sonhar em se apropriar da superfície da Terra como seu domínio: aí viviam escondidos e temerosos, como os animais selvagens das florestas; sua vida era uma luta ininterrupta: sob constante ameaça da fome ou massacre, não podiam dedicar-se à exploração da região e ainda desconheciam as leis que lhes teriam permitido utilizar as forças da Natureza. Mas a força do homem se mede pelo seu poder de acomodação ao meio (RECLUS, 1985, p. 41).

Contudo, foi com o desenvolvimento de instrumentos técnicos e de uma racionalidade do homem em relação à Natureza, tendo-a agora enquanto um recurso e instrumento fundamental para o desenvolvimento econômico, que se estabelecem práticas predatórias para com a Natureza.

Pontes (1999) lembra que, foi a partir do século XV com a expansão marítimo-comercial, com o desenvolvimento técnico-científico, que se desenvolveu essa nova concepção de Natureza, como um recurso, ligada a racionalidade capitalista, e que, portanto, “[...] devem, sem dúvida à definição de um conhecimento” objetivo” e “racional” enquanto um instrumento de domínio do homem sobre a Natureza”(PONTES, 1999, p.30).

Mas, foi a apropriação privada das terras que configurou uma nova lógica de uso às florestas e bosques, principalmente com a implantação da política de “cercamento” e conseqüentemente, o fim de parques antes reservados à caça, dando espaço a matéria prima necessária ao desenvolvimento da Revolução Industrial, no século XVIII. Baseados nesse ideal houve um avanço significativo do desmatamento e do domínio do homem sobre a Natureza.

Paralelamente, destaca-se que fatos de natureza social passam a influir na concepção de Natureza, agora já menos hostil, mais social. Na Inglaterra como passatempo dos abastardos, o cultivo de árvores e a preocupação com o paisagismo, adquirem uma importância muito grande para a sociedade. Há uma valorização por parte das classes mais favorecidas sobre a Natureza, fato que impulsiona o cultivo de flores pela população com destaque para a “importância emocional” (THOMAS, 1989).

Em estudos recentes como, por exemplo, de Diegues, na obra *O mito da Natureza Intocada*, há uma importante observação sobre a relação vida nas cidades, vida no campo.

[...] a vida nas cidades que antes era valorizada como sinal de civilização em oposição à rusticidade da vida no campo, passou a ser criticada, principalmente porque o ambiente fabril tornava o ar irrespirável. A vida no campo passou a ser idealizada sobretudo pelas classes sociais não diretamente envolvidas na produção agrícola (DIEGUES, 1998, p.24),

Thomas (1989) sugere também que o crescimento populacional, principalmente nas cidades inglesas teria originado um sentimento anti-social, levando a uma atitude de contemplação da Natureza selvagem, como lugar de isolamento e reflexão. Quanto à nova configuração dada a Natureza, destaca-se também a resignificação da idéia de Natureza como recurso, pois, uma nova visão de recurso deve incluir não somente recursos utilitários, mas também a noção de “recursos amenidades”. Na era da urbanização e industrialização, a Natureza detinha uma função higienizadora, responsável pela renovação do ar nas cidades (PERLOFF,1969 *apud* PONTES,1999).

Ainda, lembrando da sociedade inglesa, tanto se valorizava o plantio como a criação de bosques, parques nas cidades que, com o tempo, foram-lhe atribuídas a idéia de “cidade-jardim”. (THOMAS, 1989, p.247). Essa idéia foi originada em 1661 por John Evelyn, que ficara impressionado, viajando por países europeus com o ambiente agradável que as flores e árvores ofereciam. Com essas características, não nos espanta que, “a definição de um lugar perfeito fosse uma cidade, mas uma cidade cheia de árvores” comenta Thomas apoiando-se nas expressões Thomas Traherne (THOMAS, 1989, p. 246).

Todo o aparato criado em torno da necessidade e buscar por áreas verdes na Europa, será observado mais adiante já no século XIX, a partir do movimento de desbravamento da América do Norte, nos Estados Unidos, depois do difícil encontro (desbravamento das matas), movimento intitulado de “volta à Natureza”, originado com o fim dos temores relacionados a Natureza hostil e ameaçadora das florestas, pois,

[...] como a Natureza selvagem foi domada, a Natureza exterior assumiu uma aparência menos ameaçadora. O desbravamento da Natureza ensejou sua dissecação mais cuidadosa nas mãos da ciência; o fascínio substituiu o temor (SMITH, 1988 p. 37).

Mas, a Natureza adquiriu força quando passou a ser estudada e representada por artistas, como muito mais que simples elemento natural, a incorporação da Natureza pela sociedade transformou-se em uma necessidade. Mais que algo externo, agora ela “Domesticada, higienizada e estendida sobre as mesas de café, a Natureza era um pertence, da mesma forma com um gato de família” (SMITH, 1988, p. 38).

Assim, a busca pela Natureza se tornou um programa cultural da sociedade, o estar junto à Natureza transformou-se em algo inerente ao movimento de volta à Natureza. Essa cultura ganhará ainda mais elementos quando a Natureza, além de sinônimo de prestígio social se impregna de ideologias, como observado na sociedade atual.

Hoje, a sociedade vive sob a lógica capitalista de produção e reprodução, tendo a ciência e a tecnologia como importantes pilares da economia e da sociedade. Por isso, em meio ao grau técnico atingido, pelos aspectos científicos e informacionais, a Natureza passa a adquirir também um valor subjetivo, diante da nova estrutura econômica e social global.

Assim, “os séculos XIX e XX marcam definitivamente, através da produção, das técnicas, das indústrias e mesmo da cultura, a incorporação da Natureza à vida social” (HENRIQUE, 2004, p.86). Dessa forma, produzem-se objetos, ações e desejos que passam a incluir a Natureza, caracterizando um movimento de revalorização do “verde”.

2. Reaproximação e a constituição de uma ideologia do “verde”

Diante de um período em que se caracteriza cada vez mais o afastamento da Natureza, a sociedade vive um período de reaproximação de elementos representativos de ambientes naturais. Como então compreender tal movimento? Vale lembrar que quanto às ações em prol da Natureza, elas se devem hoje, principalmente pelo temor da escassez dos recursos naturais, realidade que assola a humanidade, fruto do alto grau de desenvolvimento técnico-científico e informacional do mundo contemporâneo.

Para tanto, buscaremos levantar em qual momento dentro da relação entre Natureza e Sociedade, a degradação do ambiente passa a preocupar a sociedade e, assim, o seu rebatimento espacial, a partir da elaboração de novas necessidades e estilos de vida.

Para Carlos (1994, p.256), a relação Homem/Natureza, se dá de forma dialética e não oposta, sendo assim, “[...] o homem não pode criar sem a Natureza, sem o mundo exterior; ela é a matéria-prima a partir da qual se realiza o trabalho, através da qual o homem atua e por meio da qual se produz como homem”.

Dessa forma, a autora chama a atenção para a produção do meio ambiente enquanto produto da construção social, ou seja, o ambiente como um conjunto de relações sociais, econômicas, políticas e culturais que influenciam na recriação e re-funcionalização da Natureza e da apropriação de espaços humanos. Para não ir muito longe, vale lembrar que, há algumas décadas, não havia qualquer preocupação ambiental, aliás, as questões ambientais, como relatado por Arlete Moysés Rodrigues, se resumiam basicamente a eventos naturais. A Natureza era tida como “mágica”, independente da ação humana, mas interferindo mesmo no nível simbólico e no nível real de organização da vida (ELIADE, 1979 *apud* RODRIGUES, 1994).

Milton Santos assinala que a relação homem/Natureza se altera na medida em que “[...] o homem se descobre como indivíduo e inicia a mecanização do planeta, armando-se de novos instrumentos para tentar dominá-lo”, mundializando a sua dimensão (SANTOS, 1996, p.17 e 18).

A primeira grande onda ambiental na Europa Ocidental ocorreu no período de 1880-1910, fruto da Revolução Industrial, já que os efeitos da urbanização e industrialização vinham transformando a paisagem, com a destruição de áreas naturais e a poluição do meio ambiente (DALTON, 1994 *apud* TAVOLARO, 2001).

Mas, de acordo com Rodrigues (1994), é somente a partir da década de 1960 que se evidenciam danos em grandes extensões. O desenvolvimento de novas tecnologias e o conseqüente aumento da produção industrial, o aumento da utilização de combustíveis fósseis elevou os índices de poluição, não esquecendo a destruição das florestas, que trouxe com mais veemência a preocupação com relação à camada de ozônio e os gases tóxicos que a destroem. Assim, observa-se a dimensão global que esses problemas alcançaram, não se restringindo mais somente à escala local.

Nesse sentido, o estudo realizado por pesquisadores de todo o mundo e coordenados por Dennis Meadows (1978), teve como objetivo justamente demonstrar o “dilema da humanidade”, com o relatório e livro intitulado de “Limites do crescimento”, baseado nas conseqüências do crescimento e do progresso para a sociedade mundial.

Toda preocupação favoreceu o surgimento de organizações não governamentais e comunitárias a se unirem na defesa da problemática ambiental. Assim também, surgem grupos de pesquisas e até um mercado consumidor “verde”, estabelecido a partir da demanda por produtos de agricultura orgânica, como colocado por Viola (1991). Com isso, pudemos observar o surgimento de movimentos ambientalistas, cuja origem está atrelada aos movimentos populares.

Em 1972 em Estocolmo é lançado um programa das Nações Unidas para o meio ambiente. Neste momento, o mundo se depara com uma grande contradição, estabelecida entre o crescimento econômico e a preservação do meio ambiente. Por isso, a década de 1980 tem como suporte a idéia de sustentabilidade, integrando um novo modelo de desenvolvimento atrelado ao princípio da sustentabilidade social e ambiental.

Mas, o grande passo para o aprimoramento da agenda ambiental, foi a criação da Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, estabelecida pela Assembléia geral das Nações Unidas em 1983. O objetivo principal dessa comissão era a consolidação do conceito de “desenvolvimento sustentável”, que se tornaria pedra de toque do discurso ambientalista, segundo a Executive Intelligence Review (2001). Fato que conduziu o empresariado a ações mais estratégicas em busca de um novo mercado, preocupado com a problemática ambiental.

Dessa forma, paralelamente ao princípio da sustentabilidade, está a idéia de desenvolvimento embutida ao discurso do empresariado. Quanto à idéia de desenvolvimento, logo é remetida à noção de progresso material, já que vivemos sob a hegemonia do pensamento neoliberal, cuja acumulação flexível do capital apóia-se na flexibilidade dos processos de trabalho, dos produtos e do consumo, conforme colocado por Harvey (1992).

Souza (2005), ao levantar o termo sustentabilidade o classifica enquanto uma “crise da racionalidade cientificista, erigida no bojo da modernidade”, que tem acirrado contradições entre concepções de visões de Natureza. Lembra ainda que,

Tal acirramento consolidou um pressuposto subjacente de ruptura entre sociedade e Natureza, base das argumentações e dos discursos dos ambientalistas nas mais variadas vertentes ideológicas e origem das matrizes discursivas das quais emanam as principais orientações teóricas acerca da incorporação da sustentabilidade no marco do ambientalismo no Brasil (SOUZA, 2005, p.8).

A década de 1990 é tomada pelas discussões da década anterior, mostrando-se enquanto um período de inflexão, na definição da problemática ambiental no Brasil, cujo principal vetor consiste na necessidade de se pensar as relações entre desenvolvimento econômico e proteção ambiental.

Isso se torna mais forte a partir UNCED 92 (Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento), a Rio 92, realizada no Brasil, que influenciou muito na conscientização e na propagação de debates sobre a problemática ambiental mundial e brasileira. Vale ressaltar que a dimensão dos problemas ambientais é contestada por alguns autores, como Bjorn Lomborg (2002, p.15), que em seu livro *O ambientalista cético*, trata-os enquanto mitos criados a partir de “[...] alegações equivocadas, alardeadas espalhafatosamente, repetidas vezes, sem qualquer referência-alegações nas quais as pessoas acreditam”.

O importante é observar a ligação dada entre o movimento ambientalista e o movimento de mudança de paradigma cultural, eles na verdade tem o mesmo objetivo, que é o de articular a sociedade, mover grandes massas em favor de uma causa, ambiental, política, cultural e econômica. Mas, essa relação se torna indissociável, justamente porque ambas fazem parte de um “projeto de engenharia social”.

Como “engenharia social”, compreende-se “[...] a técnica de moldagem das crenças e padrões de comportamento de um grupo social, para facilitar o controle pelos grupos detentores do poder político e econômico” (EXECUTIVE INTELLIGENCE REVIEW, 2001, p.36).

Portanto, observamos que, em meio ao discurso ambiental, tais movimentos carregam uma carga de interesses políticos e econômicos, ligados mundialmente por instituições governamentais ou não governamentais, que promovem ações na tentativa de englobar as causas ambientais à questões societárias.

Para a Executive Intelligence Review (2001), foi a combinação das fundações oligárquicas, com a ampla massa de manobra proporcionada pelas massas desorientadas pela contracultura e pelos programas de “engenharia social”, que deram uma base sólida de apoio para a ascensão do movimento ambientalista. Desse modo, o movimento ambientalista tem a mídia como um aliado importantíssimo no estabelecimento de novos estilos de vida e de uma ideologia do “verde” na sociedade contemporânea, pois “[...] a cultura verde, na forma proposta por um ambientalismo

multifacetado, é o antídoto à cultura da virtualidade real que caracteriza os processos dominantes de nossas sociedades (CASTELLS, 2000, p.160)".

Podemos então, pensar no caráter contraditório que o movimento ambientalista tem conduzido suas ações, pois, na medida em que a discussão sobre a problemática ambiental passa a fazer parte da sociedade atual, suas ações em prol da Natureza acabam se transformando em uma grande estratégia de *marketing* em meio à sociedade capitalizada.

Propaga-se assim, o discurso ambientalista como forma de persuasão, que impõe estilos e modelos. No nosso caso em análise, os condomínios fechados em Londrina que, apoiados no apelo ao "verde" têm o grande impulsionador da atratividade para as vendas. A eles são conferidos *status* e poder, no sentido de poder usufruir de uma paisagem bucólica e esteticamente perfeita, sendo compreendidos como sinônimos de qualidade de vida.

3. A constituição dos condomínios e a redescoberta da Natureza

Tavolaro (2001) apresenta o movimento de redescoberta da Natureza como consequência sim do risco e escassez, mas também como fruto da mudança cultural ocorrida no seio da sociedade capitalista, fruto da modernidade avançada.

Para o autor, as transformações econômicas, o avanço técnico-científico, levou a mudanças de paradigmas, principalmente devido ao grau de desintegração social da sociedade contemporânea, com destaque para a monetarização do mundo da vida, como também a burocratização do mundo da vida. (HABERMAS, 1990 *apud* TAVOLARO, 2001, p.138/39).

Portanto, compreende-se a Natureza como um resultado do próprio processo de evolução do homem na sociedade, onde estão inseridos. Os valores atribuídos, independentes da sua Natureza vinculam-se também às conveniências, ora políticas, ora econômicas ou dependendo das circunstâncias temporais e espaciais, as concepções se referem a determinadas práticas da sociedade, seja aristocrática no seu tempo e práticas de cultivo da terra ou a práticas relacionadas à morada na cidade.

Contudo, cada vez mais as organizações ambientais têm buscado se ligar a grandes corporações com o intuito de promover novas normas de produção, incorporando aos produtos a questão ambiental, que acaba sendo o principal destaque vinculado nos informes publicitários.

Santana, analisando a questão da mundialização da Natureza, pela socialização, observa que: "[...] a questão ecológica invade a vida cotidiana produzindo uma nova necessidade na base da sociedade de consumo" (SANTANA, 1999, p. 181). Portanto, a afirmação e disseminação da consciência ecológica induzem um gosto e uma preferência de consumo.

A partir disso, são incentivadas ações em prol do ambientalismo, no entanto, essas ações acabam se tornando uma grande estratégia de *marketing*, ou seja, mais um produto em busca da obtenção de lucros cada vez maiores pelas empresas, estabelecendo uma relação contraditória entre produção e conservação.

Assim,

[...] palavras como ecológico, ambiental e natural viraram um clichê, que funciona como alternativa eficaz dentre as estratégias usadas pelo marketing e pela mídia, em geral, como possibilidade de persuasão ao público (SANTANA, 1996, p.48).

Talvez por isso, observamos atualmente um outro movimento em torno da problemática ambiental, no qual apresenta-se o ambiente enquanto uma mercadoria consumível, e que, portanto pode ser reproduzida, levando assim definitivamente a uma troca de valores, já que, segundo Santana (1999, p.179) os bens naturais são classificados enquanto “novas raridades”. Desse modo, constata-se que “Os “bens naturais” tornados “novas raridades” são objetos de uso corrente e a condição de ser raro atribui a ele o valor de troca, por conseguinte são passíveis de serem convertidos em mercadorias” .

Assim, surgem os condomínios horizontais fechados como novas formas espaciais que têm crescido rapidamente, sob a ótica da terceira revolução industrial, no qual as características peculiares se utilizam de espaços geográficos de distintas formas, como apontado por Spósito (1999, p.84), “[...] novas lógicas de comportamento espacial às empresas, de expansão extensiva das áreas residenciais, e de multiplicação do consumo, gerando assim novas espacialidades [...]”.

As espacialidades referidas por Spósito fazem parte de uma das extensões do processo de acumulação capitalista, apropriando-se de espaços urbanos, requalificando-os, dando novos sentidos e novos estilos de morar.

No Brasil esse tipo de empreendimento surge em meados da década de 1970, com o objetivo de atender a parcela mais nobre da população (TRAMONTANO, 2001). O primeiro condomínio horizontal fechado foi inaugurado em 1975 em Barueri, região metropolitana de São Paulo, sendo o primeiro da marca Alphaville. No entanto, é na década de 1990 que esse tipo de empreendimento adquire *status* de um fenômeno urbano consolidado, na medida em que ele se torna acessível à classe média, representando assim mais uma modalidade habitacional para o país (TRAMONTANO, 2001).

Segundo Caldeira (2000), a criação de condomínios e loteamentos fechados em São Paulo, faz parte de um processo que caracteriza um novo padrão de desigualdade social e segregação espacial na cidade. Entre os atrativos, está a segurança, os equipamentos de lazer como quadras poliesportivas, campo de *golf*, sauna, quiosques, tudo muito relacionado às áreas verdes, que se constituem em muitos casos no seu principal atrativo. Todos esses elementos, além de uma boa

dose de “exclusividade”, conferem aos empreendimentos e conseqüentemente aos seus moradores, o *status* necessário para a efetivação de um equipamento de caráter segregativo nas cidades.

Nessa perspectiva, os condomínios horizontais fechados se apropriam do “verde”, fazendo deste mais um serviço oferecido no seu pacote de venda, sendo, portanto, compreendido como sinônimo de qualidade de vida e *status*. O “verde” passa a ser entendido como um símbolo, sendo recriada na forma de ambientes bucólicos, por meio do paisagismo ou mesmo pela apropriação de resquícios de áreas verdes, comercializada com expressão de uma “Natureza exclusiva”.

No entanto, apesar do destaque à qualidade de vida e às áreas verdes, compreendemos esses espaços, enquanto jardins “carpintejados”², como assinala Tuan (1980), já que se distanciam da idéia de “Natureza selvagem”, na medida em que a estes espaços são combinados equipamentos de lazer comunitário, como piscinas, quadras poliesportivas, lagos artificiais, pistas de caminhada, parques infantis. Os destaques são os jardins e os grandes gramados, sendo que as áreas “verdes”, como a mata é toda “maquiada”, ou seja, preparada artificialmente para que a sua imagem corresponda às aspirações, aos anseios dos seus moradores de uma Natureza livre de imperfeições e objeto de consumo.

Em relação à Natureza na cidade, Henrique (2004) apoiando-se em Capel (2002), considera que o jardim é tão necessário à cidade quanto à família e ao homem, sendo um lugar indispensável ao homem. Os espaços verdes nas cidades são importantes para todos, observando-se uma falta destes espaços em muitos loteamentos de baixo poder aquisitivo, como também em alguns bairros de classe média. Para Capel, a Natureza na cidade tem também a função de renovar o ar, cada vez mais poluído e carregado de doenças. (CAPEL *apud*. HENRIQUE, 2004).

Ressaltam-se, portanto, as novas configurações de habitar urbano e as suas conseqüências para o espaço urbano. Os condomínios fechados, hoje, se apresentam como uma das soluções de morada para a classe média e alta, na medida em que são atraídas pelo slogan da qualidade de vida, relacionada ao apelo subjetivo do “verde”, fato que tem conduzido a periferização da cidade.

À publicidade se atribui a manipulação de desejos e gostos a partir das imagens, que por sua vez “se tornaram, em certo sentido, mercadorias” (HARVEY, 1992, p.260). Daí a necessidade de buscar pelo “verde”, fato que leva ao desenvolvimento da arena do consumo. Vale lembrar que dentre muitos desenvolvimentos da arena do consumo, há um processo de efeito dominó, a partir de certos tipos de consumo. Harvey refere-se também aos estilos de vida e hábitos como lazer, esporte:

A mobilização da moda em mercados de massa (...) forneceu um meio de acelerar o ritmo do consumo não somente em termos de roupas, ornamentos e decoração, mas também numa ampla

² Para Tuan (1980), há dois tipos de categorias de habitats, sendo o carpintejado e o não carpintejado. O carpintejado se caracterizaria pela regularidade das linhas, ângulos tendo a cidade como representação. Já o não carpintejado traria a irregularidade como característica marcante, sendo atribuído a Natureza e ao campo.

gama de estilos de vida e atividades de recreação (hábitos de lazer e de esporte) [...] (HARVEY, 1992, p.258).

Isto é, criam se novos estilos de vida, novas necessidades. Isso nos ajuda a compreender o estabelecimento de empreendimentos imobiliários de alto padrão, loteamentos horizontais fechados, cujo projeto explora ao máximo o contato com um ambiente natural, mesmo que ele seja reproduzido.

Na tentativa de ilustrar melhor o período no qual estamos vivendo, ainda Harvey se expressa da seguinte forma:

[...] temos vivido nas duas ultimas décadas uma intensa fase de compreensão do tempo-espaço que tem tido um impacto desorientado e desruptivo sobre as práticas político-econômicas, sobre o equilíbrio do poder de classe, bem como sobre a vida social e cultural (HARVEY,1992, p.257).

Esse fato nos conduz a algumas situações caracterizadas como crises do tempo, como por exemplo, a crise ambiental, crise de identidades expressa em uma crise cultural. Dessa forma, as imagens adquirem um papel fundamental na elaboração de valores subjetivos e de sentidos, que caracterizam as diferentes esferas da sociedade contemporânea. Abaixo uma figura demonstrativa de uma área de lazer projetada, que representa bem o poder das imagens veiculadas pelos empreendimentos imobiliários e alguns de seus atrativos.



Figura 1: Projetos preocupados com a valorização ambiental, sempre com a incorporação de muito “verde”.
Fonte: Teixeira & Holzmann, [s.d]

Organização: Bortolo (2006).

Destaca-se, portanto, a concepção de Natureza promovida hoje, podendo ser compreendida como muito mais que um simples recurso, hoje capitalizada, a Natureza tem seus consumidores, seus clientes, aqueles que a percorrem, compram e a consomem, ou seja, agora como um símbolo, uma imagem de poder, de qualidade de vida. Ressalta-se, portanto, o caráter simbólico atribuído

ao “verde” nesse processo, pois, com a ajuda da publicidade, esses empreendimentos exercem aquilo que Bourdieu (1989) classificou de “Poder simbólico”.

4-ROYAL FOREST: O REENCONTRO COM O “VERDE”

Royal Forest é o nome dado a um dos empreendimentos da empresa Teixeira & Holzmann em Londrina-PR. Esse empreendimento foi aprovado em 2003, tendo como proposta 252 lotes, cada um com 300m² de área útil e um total de área utilizável de 850m² por lote.

Posteriormente, em 2004 uma nova proposta para a fase II do Royal Forest Residence & Resort também foi aprovada, sendo mais 121 lotes. De forma geral, todos os empreendimentos do grupo têm como característica a paisagem de um bairro-jardim, com a incorporação de lagos artificiais. A foto a seguir destaca a paisagem recriada nos condomínios do grupo Teixeira & Holzmann.



Foto1: Lago artificial, um dos elementos característicos da incorporação e recriação de ambientes naturais nos condomínios horizontais fechados do grupo Teixeira & Holzmann.

Fonte: Broniera (2006).

Essas características e particularidades é que personalizam os empreendimentos dessa empresa, em relação às demais empresas imobiliárias. Segundo informações dos corretores da empresa entrevistados,

[...] outros empreendimentos poderiam ter os atrativos como a segurança, os muros eletrificados, a vigilância, etc, porém, o “verde” seria mais uma vantagem nossa agregada, supervalorizando os lotes para efeito de comercialização (Flamínio, corretor da Teixeira & Holzmann, Londrina/PR. Ago.2006)

Com isso, observamos que esse ambiente assim constituído adquire um valor simbólico diante da influência da propaganda, que, com o auxílio de imagens, muitas vezes irreais, sendo na verdade imagens idealizadas servem para estabelecer novos estilos de vida e novos anseios da população

urbana. A respeito da incorporação de imagens como estratégia de marketing, vejamos a seguinte observação:

Estamos vivendo um tempo e uma sociedade em que os signos são tomados como mercadoria, a ponto de não terem relação com a realidade, afastando-se de seus significantes e assumindo novos significados, como nos demonstra Baudrillard em sua obra. Segundo ele, a sociedade está gerando simulacros do real, um real sem origem nem realidade: um hiper-real, um espaço de simulação que confunde o real e o racional (Baudrillard 1991:8). A realidade é transformada em uma série de imagens, que sucedem em velocidades cada vez maiores, intensificando e possibilitando a multiplicidade de experiências dos receptores-consumidores (DEL RIO,1998 *apud* DACANAL,2004, p.83).

Desse modo, são incorporados valores simbólicos como a qualidade de vida e todas as amenidades proporcionadas nesses locais, sendo então valorizados subjetivamente pela imagem simbólica de proximidade com a “Natureza” veiculada nos *folders* e nos discursos da empresa.

Em uma pesquisa realizada por Cristiane Dacanal junto aos moradores de condomínios de várias cidades brasileiras, relata que, “morar em um condomínio significa um diferencial ambiental qualitativo e privilégio social”, segundo suas entrevistas (DACANAL, 2004, p.81).

Tais aspectos são detectados nas pesquisas que a empresa realiza para o lançamento de novos empreendimentos. Segundo o corretor:

a gente faz uma pesquisa violenta, esse é o ponto inicial de tudo, nós não fazemos nada sem a pesquisa, mas nada! nós não compramos um alqueire[...] Qual é o público alvo? Qual é o público que tem condições de comprar da gente? Qual é a necessidade que a cidade tem de expandir? Quem quer expandir? Qual é a camada social que quer ir pra lá? Quem busca? O que busca?

(Flamínio, corretor da Teixeira&Holzmann, Londrina/PR. Ago.2006).

Assim, relacionada às exigências dos futuros moradores está o poder da propaganda, do *marketing* na divulgação do produto que potencializa desejos e acaba efetivando a relação simbólica que se estabelece entre comprador e o produto ofertado. A importância da questão ambiental também é ressaltada pelos moradores, assim, quando perguntados se o discurso ambiental pesou na hora da compra, Mariza, chama a atenção para o pacote como um todo, para ela:

Acho que pesa um pouco sim, acho que entra nesse pacote sabe, acho que é um pouco de tudo, isso também, pesou sim!

(Mariza, 40, professora, Londrina/PR. Set.2006).

Para Solange, outra moradora, essa questão teve um peso grande na hora da compra do lote,

Contou sim! Quanto à questão ambiental eu sou naturalista né, então isso tem um peso muito forte pra mim, a gente procura muito não contribuir pra nada que agrida a Natureza

(Solange, 51, corretora de imóveis, Londrina/PR. Set.2006).

Assim, quando perguntada sobre a importância de se morar próxima a áreas verdes, ela diz:

Em termos de qualidade de vida é fundamental. É fundamental pra minha saúde, física, emocional, tudo, pra mim é fundamental! eu não estava mais conseguindo morar lá no apartamento, para você ter uma idéia eu cheguei a comprar aqueles plugues de proteção auditiva pra poder morar no centro de Londrina.

(Solange, 51, corretora de imóveis, Londrina/PR. Set.2006).

A relação topofílica estabelecida por ela para com o condomínio teve como suporte alguns elementos como o lago, a mata, já que para ela o “verde” foi sem dúvida o diferencial, pois,

o lago encantou a gente de uma tal maneira, tudo aqui eu não sei dizer o que mais me encantou, o verde foi muito forte!

(Solange, 51, corretora de imóveis, Londrina/PR. Set.2006).

Assim, o movimento de redescoberta da Natureza, dado na sociedade atual e dessa forma materializado na proposta do grupo Teixeira & Holzmann, representam expectativas coletivas, fruto de um simbolismo criado em torno principalmente da valorização do “verde”, como já discutido anteriormente.

Na verdade, é a partir da constituição da ideologia do “verde” que nós podemos pensar na efetivação da Natureza como um bem simbólico, pois, na medida em que tais elementos passam a representar desejos e necessidades para a sociedade, cria-se uma série de expectativas, uma série de crenças vinculadas principalmente à questão ambiental.

Portanto, poderíamos então justificar a aceitação e adesão imediata dessa proposta do grupo Teixeira & Holzmann e o seu sucesso em Londrina, apoiando-nos na visão analítica e filosófica que Bourdieu faz referindo-se como,

[...] uma submissão dóxica³ às injunções do mundo, obtida quando as estruturas mentais daquele a quem se dirige a injunção, estão de acordo com as estruturas envolvidas na injunção que lhe é dirigida (BOURDIEU, 2003, p.171).

Justifica-se assim, o sucesso dos empreendimentos do grupo, pois estes procuram relacionar ideologia, afetividade, a questões relevantes para a sociedade atual, no caso, a qualidade de vida, transformando sonhos e aspirações em realidades.

No entanto, a apropriação estética do “verde” como forma de agregar valor a uma propriedade privada (condomínios fechados), tem como consequência a diferenciação espacial do “verde” na cidade, dada a partir de uma diferenciação social, no sentido de que se determina um padrão de vida urbana, com o estabelecimento do público alvo, seguindo leis de mercado, de acordo com as estratégias das imobiliárias.

Por isso, compreende-se que com a relação estabelecida entre condomínios fechados e os ambientes naturais artificializados, tem-se a efetivação da Natureza como um símbolo, sendo compreendida como sinônimo de *status*, símbolo de qualidade de vida e representativo da morada

³ Significado de glória, crença.

perfeita, fatores indicativos de que nem a sociedade e muito menos a Natureza, não são mais as mesmas.

Conclusão

A “Natureza” recriada nos condomínios horizontais se apresenta como mais uma mercadoria, já que a partir do seu valor estético ela tem sido recriada ou mesmo apropriada de acordo com a lógica consumista da sociedade capitalista, cujo objetivo está pautado na produção de mercadorias, de novos valores e estilos de vida.

Todos esses fatores exprimem de que maneira o apelo dos condomínios fechados pôde ser efetivado, e que sem dúvida passa pela compreensão da Natureza apresentada como um símbolo, sinônimo de distinção e de qualidade de vida.

Observa-se que a questão ambiental é apresentada como elementos exclusivos no espaço urbano de Londrina, cujo resultado é a distinção sócio-espacial dada a partir da incorporação do “verde”, que objetiva a valorização imobiliária, contribuindo assim para uma cidade fragmentada.

A compreensão da relação simbólica do “verde” nos condomínios fechados indica a lógica de reprodução capitalista na qual estamos inseridos. Nossos entrevistados em Londrina exprimem bem aquilo que a Natureza, o “verde”, representam para a nossa sociedade. Um misto de sonhos e desejos pessoais inflamados pela propaganda e que indicam uma nova e distinta relação entre a vida na cidade e a nova vida nos condomínios.

Bibliografia

- BAUDRILLARD, Jean. **Para uma economia política do signo**. Rio de Janeiro: Elfos, 1995. 278p.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989. 311p.
- _____, Pierre. **Razões práticas: Sobre a teoria da ação**. Tradução Mariza Corrêa. Campinas: Papyrus, 2003. 224 p.
- CALDEIRA, Teresa P. do R. **Cidade de muro. Crime, segregação e cidadania em São Paulo**. São Paulo: Edusp, 2000. 399 p.
- CARLOS, Ana F. A. **A (re) produção do espaço urbano**. São Paulo: Edusp, 1994. 270p.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade. A era da informação economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 2000. 530 p.
- DACANAL, Cristiane. **Acesso restrito: Reflexões sobre a qualidade ambiental percebida por habitantes de condomínios horizontais**. 174 f. (Dissertação de Mestrado)- IGCE/UNESP, Rio Claro, 2004.
- DIEGUES, Antonio C. **O mito moderno da natureza intocada**. São Paulo: Hucitec, 1998. 169 p.

- EXECUTIVE intelligence review. O “futuro comum”: Malthusianismo e livre comércio. In: **Máfia Verde: O ambientalismo a serviço do governo mundial**. Rio de Janeiro: EIR, 2001. 316p.
- HARVEY, David. **Condição Pós Moderna**. São Paulo: Loyola, 1992. 349p.
- HENRIQUE, Wendel. **O direito à natureza na cidade. Ideologias e práticas na história**. 213f. (Tese de Doutorado)- IGCE/UNESP, Rio Claro, 2004.
- LIVORATTI, Pedro. Empreendimentos imobiliários. **Royal News: Royal Tennis Residence & Resort**. Londrina: [s.d]. Folder.
- LOMBORG, Bjorn. **O ambientalista cético: medindo o verdadeiro estado do mundo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002. 541p.
- MEADOWS, Donella; Meadows,Dennis; RANDERS, Jorgen; BEHRENS, William. **Limites do crescimento**. São Paulo: Perspectiva, 1978. 203p.
- PONTES, Beatriz M.S. A ciência geográfica e o desafio da questão natureza/sociedade. **Sociedade & Natureza**, Uberlândia, v. 11, n. 21 e 22, p.29-43. Jan/Dez.1999.
- RECLUS, Élisée. Org. Manuel Correia de Andrade **Coletânea**. São Paulo: Ática, 1985. (Coleção Grandes cientistas sociais, 49). 200p.
- RODRIGUES, Arlete M. A questão ambiental e a (re) descoberta do espaço: Uma nova relação Sociedade/Natureza? **Boletim Paulista de geografia**, São Paulo,n. 73, p.35-71. 1994.
- SANTANA, Paola V. Da socialização a mundialização da natureza. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri. **Ensaio de geografia contemporânea. Milton Santos obra revisada**. São Paulo: Hucitec, 1996. p.47-54.
- _____, Paola V. A mercadoria verde: a natureza. In: CARLOS, A.F. A; DAMIANI, A.L; SEABRA, O.C.L (Org). **O espaço no fim de século – a nova raridade**. São Paulo: Contexto, 1999.p.177-189.
- SANTOS, Milton. **Técnica espaço tempo: globalização e meio técnico-científico informacional**. São Paulo: Hucitec,1996. 190p.
- _____, Milton. **A Natureza do Espaço. Técnica e tempo razão e emoção**. São Paulo: Edusp, 2004. 384p.
- _____, Milton. **1992: a redescoberta da Natureza**. Estudos Avançados: São Paulo, v.6 n.14, p.95-101,1992.
- SMITH, Oneil. **Desenvolvimento desigual. Natureza, capital e a produção de espaço**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1988.
- SOUZA, Rosimeri. **Visões de natureza x vertentes ideológicas do ambientalismo:Contribuição ao debate sobre a sustentabilidade no Brasil**. Disponível em:<www.anppas.org.br/encontro/segundo/papers/GT/GT01/rosemeri_souza.pdf>.Acesso em 25 de out. 2005.
- SPÓSITO, Maria E.B. A urbanização da sociedade: reflexões para um debate sobre as novas formas espaciais. In: CARLOS, A.F. A; DAMIANI, A.L; SEABRA, O.C.L (org). **O espaço no fim de século – a nova raridade**. São Paulo: Contexto 2 ed, 1999.p.83-99.
- TAVOLARO, Sergio B. de F. **Movimento ambientalista e modernidade: sociabilidade, risco e moral**. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2001. 226p.

THOMAS, Keith. **O homem e o mundo natural**. São Paulo: Companhia das letras, 1989. 454p.

TRAMONTANO, M; SANTOS, D.M. **Condomínios fechados: um olhar arquitetônico**. São Carlos: Grupo Nomads. USP, 2001. Disponível em:<
http://www.eesc.usp.br/nomads/livraria_artigos_online_condominios_olhar.html. >Acesso em 12 Ago. 2006.

TUAN, Yi-fu. **Topofilia**: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. São Paulo: Difel, 1980. 288p.

VIOLA, Eduardo. A problemática ambiental no Brasil (1971-1991): da proteção ambiental ao desenvolvimento sustentável. In: GIMBERG, (Coord). **Ambiente urbano e qualidade de vida**. São Paulo: Polis, 1991, p.4-14.