

## Entrevista - Gisela Santana

1 - Você lançou o livro “Marketing da Sustentabilidade Habitacional: Lançamentos Imobiliários e Ecologia Urbana em Busca do Equilíbrio”. Do que trata esse livro e a sua contribuição para o segmento imobiliário? Como surgiu o processo criativo e a ideia de produzi-lo?

R. O livro *Marketing da “Sustentabilidade” Habitacional* descortina as estratégias de venda de imóveis, inspiradas em campanhas de propaganda que fazem uso dos desejos e do imaginário do típico comprador da casa própria. Foi baseado na análise diária da prática do mercado imobiliário durante os anos de 2005 a 2012, em uma das áreas que mais cresce no Rio de Janeiro que é a Baixada de Jacarepaguá e a Barra da Tijuca, que sediou os jogos Pan-americanos e onde parte dos equipamentos olímpicos e os atletas das olimpíadas estarão sediados em 2016. Apesar de ter sido baseado no Rio de Janeiro, o livro também aborda a atuação do setor no Recife, em São Paulo e em Manaus; apontando a semelhança do modo como o mercado imobiliário atua em várias partes do país.

Outro aspecto do livro aborda o discurso da sustentabilidade utilizado pelos empreendimentos, já que o desenvolvimento sustentável surge com o propósito de equilibrar forças e promover uma nova relação Homem-Natureza. Principalmente, por ser o setor da construção civil muito impactante ao meio ambiente. Além de toda matéria prima utilizada nas obras que são extraídas da natureza e do grande consumo energético direto e indireto envolvido na produção das novas edificações, para se materializar as edificações necessitam do solo urbano e, na maioria das vezes, devido ao preço, vão adentrando nas franjas urbanas, ou seja, as áreas verdes vão sendo ocupadas; ampliando, cada vez mais, horizontal e verticalmente a cidade e, conseqüentemente, aumentando as ilhas de calor e outros impactos decorrentes do adensamento e do espraiamento. O paradoxo, muitas vezes, está no discurso que vende a Natureza e tranquilidade e as facilidades e a modernidade do lugar, ao mesmo tempo em que o transforma, seja substituindo a arquitetura histórica, seja impactando a estrutura urbana, seja modificando o estilo de vida e substituindo o verde e o azul pelo cinza.

Em uma das áreas observadas, inúmeros sítios e chácaras deram lugar a prédios de mais de 1000 unidades... Ou seja, o corte de árvores frondosas, e o aterro de áreas de rios e lagoas, estão sendo substituídos por áreas cimentadas e impermeabilizadas acumuladoras de calor. O aumento de unidades gera maior fluxo de veículos e pessoas sem a devida correspondência nas infraestruturas existentes, ou seja, ocorre uma saturação e impactos negativos no trânsito, na segurança, nos transportes, no

esgotamento e drenagem. A consequência disso, todos nós sentimos na pele: engarrafamentos, aumento das temperaturas locais e alagamentos.

Entendo que a maior contribuição do livro é o alerta que faz tanto aos compradores, quanto aos próprios incorporadores e profissionais do setor da construção e do Marketing que é preciso repensar o atual modo de produção, comercialização e consumo de imóveis para que possamos construir prédios e cidades mais ecológicas e sustentáveis.

## 2 – O que a vem ser de fato o Marketing da Sustentabilidade Habitacional e como ele pode ser observado e vivenciado no dia a dia?

R. No título do livro, *Marketing da “Sustentabilidade” Habitacional*, a Sustentabilidade vem entre aspas para sinalizar que apesar do discurso ecológico presente nas propagandas de alguns empreendimentos, ainda é necessário avançar muito na visão sistêmica da produção imobiliária e dos seus impactos em diferentes níveis da escala urbana e regional. No livro, o foco principal é o setor habitacional no que se refere ao *mix* de ferramentas e táticas utilizadas para promover e vender as unidades habitacionais seduzindo os consumidores por meio do que denominei de Marketing Habitacional. Entretanto, outros setores do mercado imobiliário também são observados de modo a ampliar a noção de que é urgente buscarmos um equilíbrio entre as perdas ambientais promovidas pela expansão do setor e a necessidade da nossa sobrevivência nas cidades. O Marketing, no que se refere às propagandas e as estratégias de adaptação desempenham um papel muito importante, já que têm o poder de aguçar a percepção dos consumidores para novos fatos. Um caminho para isso seria ampliar a noção de sustentabilidade ambiental das nossas habitações e da forma como estas são inseridas nas cidades, de modo a reduzirmos os impactos que as cidades produzem sobre o clima do nosso Planeta, ou seja, a nossa “Casa Planetária”. É necessário promover um Marketing Sustentável que seja coerente com as ações e resultados da produção imobiliária baseado nos princípios da ecologia urbana seria fundamental para garantir boa qualidade de vida para todos os habitantes não só das edificações, como de todo o Planeta. Em síntese, é necessário e urgente mudarmos os nossos paradigmas de planejamento urbano, construção e consumo de edificações, pois a legislação urbana também precisa ser um indutor deste novo paradigma. É fundamental trazermos um olhar sistêmico para as ações pontuais, lembrar que a sustentabilidade vai além do tripé: econômico, ambiental e social. A nova noção de sustentabilidade inclui os aspectos culturais e da governança. Portanto, ver além do terreno onde o empreendimento será construído para pensar no sistema sócio-ambiental-cultural-econômico como um todo e nos seus reais impactos não só na infraestrutura, no trânsito, como também no modo de vida e na saúde física e mental das pessoas, no aumento da impermeabilização do solo, na alteração dos lençóis freáticos, na carga térmica, na barreira dos ventos, mudanças dos microclimas é

participar concretamente desta nova forma de governança do que é comum a todos, é também construir um novo paradigma de adaptação exigido por um cenário de Mudanças Climáticas, que já estamos vivendo. Mudar é preciso para garantir a nossa própria sobrevivência como espécie!

**3 – De que maneira o mercado imobiliário seduz os seus clientes? Quais os principais recursos da publicidade e da propaganda? E os instrumentos psicológicos, ambientais e econômicos para isso?**

R. Ao longo do período estudado, observei que as formas de abordagem iam se adaptando tanto ao contexto local, quanto ao contexto cultural, ambiental, político e econômico da cidade e do país. Aliás, a adaptação é um dos pilares do Marketing. No livro, relato que foram identificados 21 tipos de discursos presentes direta e indiretamente não só nas propagandas e meios publicitários. Indiretamente o nome do empreendimento, ou o tipo de serviços e ambientes existentes nas áreas comuns já eram elementos de sedução, sem contar com os incentivos da ampliação dos prazos de financiamentos que foram sendo alargados e que se somava às imagens dos folders e ao *mise-en-scène* presentes nos estandes de vendas que além do luxo e da distinção social sempre apresentam o produto como imperdível, feito para uma pessoa especial como você e, que sua decisão precisa ser rápida, urgente, para que o outro não compre antes de você. Esse discurso instiga o provável comprador a se apressar em sua decisão. Hoje é possível verificar que muitos dos compradores não podiam arcar com aquela despesa, mas que foram seduzidos a tomar a decisão pelo desejo e pelo sonho da casa própria. Poderia aqui citar vários casos... Um empreendimento oferecia um carro aos primeiros 50 compradores de um apartamento, outro, oferecia uma TV de Plasma de 42", uma viagem à Paris, ou sobrevoos de balão e assim os "mimos" iam se espalhando e aguçando o desejo de consumo. Estas técnicas e táticas permeiam os diversos recursos disponíveis. Por exemplo: no discurso ecológico presente nas propagandas de um edifício cujo próprio nome falava de vida ecológica, apresentava elementos ecológicos no estande como coleta seletiva e os ambientes que compunham o *mix* do empreendimento incluíam horta, coleta de óleo segregada, churrasqueira elétrica e reuso da água da chuva. Já outro, que utilizava o discurso da família, mostrava uma família feliz, o estande tinha espaço para as crianças brincarem com animador, enquanto os pais eram atendidos pelos corretores que mostravam os vários espaços Kids. E assim, cada nicho de mercado vai sendo abraçado e seduzido com um arsenal de ferramentas e táticas que saem do papel, do rádio e da televisão, passam pelo estande de vendas e pelo discurso dos corretores e se expressam no programa e itens de projeto do novo empreendimento que está prestes a surgir e satisfazer o sonho de consumo. Os corretores desenvolvem um procedimento sequencial para ir conquistando o cliente antes de apresentar a parte "dolorosa" do pagamento. O desejo do "Ter" algo novo e cheio de atrativos é aguçado, extrapolando as necessidades básicas do cidadão e, por vezes, a própria capacidade financeira da

família que em alguns casos pode até perder o apartamento, já que ele é a garantia para o financiamento.

#### 4 – É fácil para o consumidor reconhecer se um produto imobiliário é realmente sustentável ou se ele é disfarçado? Isso tem alguma relação com o Greenwashing?

R. Primeiro é preciso lembrar que Greenwashing é uma “maquiagem verde”, ou seja, são recursos de promoção, divulgação e associação de um determinado produto, imobiliário ou não, a uma imagem verde, de amigo da natureza ou sustentável e ecologicamente correto, sem que isso de fato seja verdade. Para o consumidor desavisado, nem sempre é fácil perceber, principalmente se o consumidor estiver olhando só aquele momento do *mise-en-scène*. A produção ecológica e verdadeiramente sustentável tem que pensar o produto do “berço ao berço”, ou seja, observar toda a sua cadeia produtiva, do início até o final, em todo o seu ciclo de vida. Verificar a origem e a produção dos materiais utilizados, o destino dos resíduos que foram e serão gerados, a fonte energética, etc. Esse processo é pouco realizado tanto pelas empresas, quanto pelos consumidores. Mesmo para aqueles que desejam acompanhar o processo produtivo e sua real responsabilidade e compromisso com o meio ambiente não é algo simples, mas é necessário para que o cliente não caia nas ciladas de um marketing enganoso.

#### 5 – A aplicabilidade dos conceitos sustentáveis no setor imobiliário pode ser vista hoje em grande escala de forma palpável e real? Se sim, como e onde?

R. Em grande escala não. Algumas construtoras adotam alguns itens que as diferencia das demais, como coleta seletiva de óleo e resíduos, coleta e reuso de água da chuva, pisos permeáveis, uso de energia solar, descargas com acionamento diferenciado para mais ou menos água, uso de torneiras e chuveiros que economizam água com arejadores e sensores de presença, assim como no caso das luzes de halls e escadas. A partir da existência dos selos e certificações como Procel edifica, Green Building/LEED, Aqua, Casa Azul, Breeam, DGNB (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen), Qualiverde e outros, houve uma maior adesão do setor para implantarem itens de sustentabilidade ambiental em seus empreendimentos. Porém, a adesão ainda é muito pequena proporcionalmente ao volume de novas construções e às construções existentes. Por outro lado, algumas cidades aprovaram legislações que obrigam as novas edificações a contemplarem esses itens como, por exemplo, o hidrômetro individual, a coleta de água da chuva com bacias de retenção, ou a preservação de um percentual de árvores existentes no terreno ou ainda a existência de tetos jardins. Além disso, há cidades como o Rio de Janeiro que oferece incentivos fiscais crescentes em função da quantidade de itens contemplados pelo projeto de construções sustentáveis.

## 6 – Quais são, na sua opinião, os principais critérios para classificar um empreendimento como sustentável? E quais os maiores paradoxos desse universo?

Os pilares da sustentabilidade devem se basear nos aspectos social, ambiental, econômico, cultural e da governança. Em minha opinião, o que vem em primeiro lugar são as pessoas, não apenas aquelas que moram nas edificações, mas as pessoas que vivem nas cidades. Nesta direção, seria sustentável um empreendimento que pensasse sistemicamente, ou seja, em todos os níveis e sistemas que se relacionem aos cidadãos e as suas condições de vida. A maioria das certificações prioriza a eficiência energética e hídrica, mas nem sempre a qualidade de vida das pessoas, em seus diversos aspectos, direta e indiretamente relacionados é considerada; por exemplo, a questão paisagística, microclimática, circulação de ar e insolação na edificação e urbana. Os edifícios estão inseridos em um contexto mais amplo que precisa ser contemplado. O maior paradoxo no caso brasileiro, em minha opinião, está na “desqualificação” que se faz das áreas antigas e já estruturadas para se justificar o uso das bordas urbanas onde a vegetação e a natureza prestam diversos serviços ecossistêmicos. Valoriza-se o novo e as novas áreas, no discurso da proximidade com a natureza, ao mesmo tempo em que preciosos recursos naturais são destruídos, aterrando rios, mangues e lagoas, derrubando milhares de árvores, extinguindo o habitat da fauna para criar novas áreas de intervenções onde a infraestrutura não existe e será necessário despender enormes recursos em obras viárias e, muitas vezes, transformar os rios existentes, com águas cristalinas, em valões a céu aberto.

## 7 – O que podemos fazer no nosso dia a dia, com recursos simples, medidas práticas e a curto prazo, para viver de forma sustentável dentro e fora de nossas casas?

R. A coisa mais importante é mudar a nossa maneira de lidar com a Natureza e com os recursos que ela nos oferece para garantir a nossa própria vida. A partir do momento que entendermos que nós somos constituídos pelos elementos da Natureza, ar, água, sais minerais... Passaremos a modificar nossos hábitos e comportamentos diante desses recursos preciosos. Claro que gestos simples como: reduzir o tempo de banho, fechar a torneira enquanto escova os dentes, se ensaboa, ou lava os pratos; desligar as luzes e equipamentos da tomada enquanto não estiver usando, trocar as lâmpadas por outras mais eficientes, tomar banho frio, e por aí vai... Só que tudo passa pela consciência ecológica do cidadão e isso é um ato de vontade! Este para mim é o mais importante, tanto para o usuário, quanto para o produtor. Se houver o entendimento de que fazemos parte de uma teia planetária onde todos e, tudo está interligado e que a sobrevivência humana depende do gesto e da atitude de cada um, isso sim, tornará nossas vidas mais sustentáveis. Afinal, ser sustentável passa pela noção de se sustentar, de sobreviver e para que o ser humano sobreviva precisamos de todo os recursos da Natureza em seu melhor estado.

8 – Como você avalia a atual crise hídrica em São Paulo relacionando-a meios sustentáveis de se viver? O que você acha que desencadeou essa crise e o que pode ser feito para amenizá-la? O que pode ser aprendido com ela?

R. A crise hídrica de São Paulo é a parte da crise que tem despertado maior interesse da mídia. Entretanto, a crise hídrica é bem mais abrangente. Lembro-me que há décadas, vários especialistas alertavam para isso, mas as autoridades e a população não percebia o que estava por vir. Como disse anteriormente, tudo está ligado. Para você ter uma ideia, o Estado do Rio de Janeiro depende da água do Estado de São Paulo, tanto para geração elétrica como para abastecimento da população. O rio Paraíba do Sul tem suas águas elevadas e depois bombeadas e tratadas na Região Metropolitana do Rio, para daí ser distribuída. Hoje, o Rio de Janeiro vive praticamente o mesmo drama de São Paulo. Observe que são as duas maiores metrópoles do País e os maiores distritos industriais e isso implica em um impacto em todos os setores, inclusive o de alimentos. Veja como as coisas se conectam... Quando um agricultor resolve cortar as árvores da margem do rio, quando se desmata para dar origem a um novo bairro, quando se muda os cursos dos rios, tudo isso interfere não só na qualidade da água, como no seu volume e na formação das nuvens. Sabemos da importância da floresta Amazônica para a produção de chuvas no Sudeste e centenas de quilômetros os separam, mas são interdependentes. A visão sistêmica é fundamental para entender o fenômeno das Mudanças Climáticas que estão alterando os regimes de chuvas, secas e porque não dizer as estações do ano. Só que as ações humanas podem agravar ou minimizar os impactos das Mudanças Climáticas, depende de como vamos agir!

Se cada um de nós pudesse revegetar as cidades, pois as árvores são grandes acumuladoras de água, criar sistemas de retenção e reaproveitamento das águas das chuvas e das águas cinzas de nossas casas, já estaremos dando uma grande contribuição para mitigar os impactos da crise hídrica. Infelizmente, o ser humano tem uma tendência a só valorizar o que se perdeu.

Creio que o maior aprendizado que pode ser tirado deste momento é um maior valor e respeito por este recurso tão desprezado que a Natureza nos oferece em abundância. Novas iniciativas técnicas e individuais estão surgindo como forma de preservar esse bem tão valioso, mas é preciso mudar urgentemente antigos hábitos. Por exemplo, quando uma edificação tem subsolo e o lençol freático precisa ser “rebaixado”, milhares de litros d’água são extraídos e jogado nas galerias pluviais... Ao construir um túnel, os ciclos e percursos hidrológicos subterrâneos são alterados, será que temos noção do real impacto disso? Será que isso é estudado? Precisamos rever a forma como lidamos com nossas águas...

9 – Qual o grande desafio hoje para tornar a sustentabilidade amplamente viável e concreta no mercado da construção civil, arquitetura e infraestrutura urbana?

R. Creio que o maior desafio seja modificar a mentalidade e o comportamento das pessoas e dos tomadores de decisão. Ajudaria bastante desonerar a cadeia produtiva de materiais sustentáveis e incentivos fiscais de modo a tornar os materiais sustentáveis mais acessíveis a todos. Criar mecanismos fiscais para que as compras públicas e construções se tornem cada vez mais sustentáveis. Criar uma cultura diferente que busque renaturalizar as edificações e cidades, trazer de volta o verde e os serviços ecossistêmicos oferecidos pela Natureza. Requalificar os rios e lagoas, modificando a forma como descartamos nossos resíduos sólidos e líquidos, sanear por meio de biorremediação. Modificar os paradigmas de deslocamentos e fluxos das cidades, utilizando mais os transportes ativos como bicicleta, reduzindo os deslocamentos e fazendo mais percursos a pé, tornar nossas cidades mais humanas e habitáveis, usar a criatividade é fundamental!

#### 10 – Como você apresentaria um diagnóstico (evolução e/ou retrocesso) do cenário imobiliário, da construção civil e urbanístico ao longo dos tempos no quesito sustentabilidade?

R. Creio que essa resposta seria bastante longa, por abrir um leque enorme de possibilidades de análises e conexões, principalmente se adotarmos uma visão sistêmica do assunto.

Identifico, neste momento, vários pontos de vista para realizar este diagnóstico. Por exemplo: as transformações na forma de divulgar e conceber os produtos imobiliários mudou muito a partir das novas estratégias de Marketing... A propaganda enganosa precisa ser coibida, pois gera uma noção distorcida da realidade. É preciso valorizar as ações eticamente corretas, socialmente e ecologicamente responsáveis. Outra possibilidade de análise seria a questão técnica e tecnológica dos materiais e dos modos construtivos, que por um lado tivemos avanços, mas por outro relegamos certas técnicas e materiais que eram mais adaptados ao nosso clima, como a taipa e os cobogós. Outro aspecto seria a questão da ocupação dos espaços e do solo urbano, se por um lado se verticaliza, por outro há um espraiamento das manchas urbanas, contrapondo-se a noção de cidades compactas e de cidades para pessoas. Identifico também a questão dos impactos positivos e negativos destes setores do ponto de vista dos fluxos e dos ciclos de vida das edificações e das localidades e, ainda, as transformações ocorridas a partir da emergência dos movimentos ecológicos, que precipitaram a existência das certificações, selos e políticas públicas de sustentabilidade para o setor. Outra abordagem seria no campo das pesquisas de novos materiais, ferramentas, técnicas e tecnologias construtivas, mapeamentos digitais com o auxílio de satélites, tanto da dinâmica das vegetações, como das ilhas de calor, dos gases poluentes, das massas e correntes térmicas, precipitações, tábuas de marés com o auxílio dos estudos meteorológicos e de tantas outros campos do saber que estão surgindo. Como pode ver, para cada um desses prismas precisaríamos fazer

uma abordagem específica e mais detalhada, o que tornaria muito extensa esta resposta.

11 – Você gostaria de falar alguma coisa que não foi perguntada anteriormente que acha necessário ser destacado? Fique à vontade para se expressar.

R. Há décadas ambientalistas alertam para as transformações ambientais e os riscos climáticos crescentes. Atualmente, é ainda maior a urgência de tornar nossas cidades mais resilientes e adaptáveis a esses processos, para salvar vidas!

As previsões do passado já estão ocorrendo hoje. As chuvas ora são escassas e provocam a seca, ora são de forte intensidade e ocasionam desmoronamentos e enchentes de grandes proporções, alterando as médias históricas, o rio Madeira na Bacia Amazônica é um exemplo disso; os ventos e as tempestades estão também se transformando com ciclones chegando ao Brasil... Precisamos reverter à fragilidade das cidades o quanto antes. E isso não depende apenas dos gestores públicos, depende do gesto, do comportamento e da ação de cada cidadão, desde aquele que joga o lixo no chão, até aquele que aterra o mangue para fazer um loteamento para dar origem a um novo bairro... É curioso como apesar das dificuldades e adversidades que a natureza nos impõe é tão difícil e tão lento o processo de mudança da mente das pessoas. No Brasil, com sua imensa costa é premente que as cidades litorâneas se preparem para o aumento do nível do mar. Recife e Rio de Janeiro estão na lista das mais vulneráveis. Quais as providências que estão sendo tomadas? E em que velocidade? Atualmente, no Brasil, mais de 80% da população vive em cidades, é preciso agir para preparar o lugar onde moramos, nossas habitações e cidades, para nos adaptarmos às alterações do clima do Planeta!