

DETERMINANTES DA PROCURA DE IMÓVEIS EM NATAL: CONSUMO CONSPÍCUO NA FORMA DE RESIDÊNCIAS?¹

Lurdélia Evaristo dos Santos²
Márcia Maria de Oliveira Bezerra³

Resumo: Este artigo tem o objetivo de analisar a procura de imóveis residenciais em Natal à luz de fatores subjetivos, dentre os quais ganham relevo a busca de diferenciação social exposta nas obras de Thorstein Veblen, notadamente em seu livro Teoria da Classe Ociosa (1987). A pesquisa é fundamentada na realização de entrevistas semiestruturadas com corretores empregados em imobiliárias da cidade, entre dezembro de 2017 e janeiro de 2018. A hipótese de trabalho é que a motivação para a compra de imóveis residenciais está sujeita às referências socialmente construídas, que aparecem nas formas de exaltação de símbolos de status e mecanismos de emulação, conformando seu consumo conspícuo. Os resultados da pesquisa aumentam o grau de confiança na validade da hipótese.

Palavras-chave: Natal. Imóveis Residenciais. Emulação. Consumo Conspícuo

DETERMINANTS OF REAL ESTATE DEMAND IN NATAL: CONSPICUOUS CONSUMPTION IN THE FORM OF HOMES?

Abstract: This article aims to analyze the demand for residential real estate in Natal in the light of subjective factors, among which the search for social differentiation exposed in the works of Thorstein Veblen, notably in his book The Theory of the Leisure Class (1987). The research is based on semi-structured interviews with brokers employed in real estate companies in the city, between December 2017 and January 2018. The working hypothesis is that the motivation for the purchase of residential real estate is subject to socially constructed references, which appear in the forms of exaltation of status symbols and emulation mechanisms, setting up their conspicuous consumption. The research results increase the degree of confidence in the validity of the hypothesis.

Keywords: Natal. Residential Real Estate. Emulation. Conspicuous Consumption

DETERMINANTES DE LA BUSCA DE PROPIEDADES EN NATAL: CONSUMO CONSPICUO EN FORMA DE VIVIENDAS?

Resumen: Este artículo tiene como objetivo analizar la demanda de bienes raíces residenciales en Natal a la luz de factores subjetivos, entre los cuales la búsqueda de diferenciación social expuesta en las obras de Thorstein Veblen, notablemente en su libro Teoría de La Clase Ociosa (1987). La investigación se basa en la realización

¹ As autoras agradecem os instigantes comentários de Fabrício Pitombo Leite, Joelson Oliveira Santos e do parecerista anônimo da revista Geosul. Erros remanescentes eventuais são de nossa inteira responsabilidade.

² Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Departamento de Economia, Natal/RN, Brasil, lurdeliasantos@yahoo.com.br, <https://orcid.org/0000-0001-9849-8529>

³ Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Departamento de Economia, Natal/RN, Brasil, marciabezerra2910@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-9364-7003>

de entrevistas semiestructuradas con corredores empleados en bienes raíces en la ciudad entre diciembre de 2017 y enero de 2018. La hipótesis de trabajo es que la motivación para la compra de bienes inmuebles residenciales está sujeta a referencias construidas socialmente, que aparecen en las formas de exaltación de símbolos de status y mecanismos de emulación, conformando tu consumo conspicuo. Los resultados de la investigación aumentan el grado de confianza en la validez de la hipótesis.

Palabras clave: Natal. Bienes Raíces Residenciales. Emulación. Consumo Conspicuo

Introdução

A literatura que trata da evolução urbana de Natal, capital do estado do Rio Grande do Norte, registra a elaboração e implantação de diversos planos urbanísticos que contribuíram para as profundas transformações experimentadas pelo Município ao longo do século XX. Os primeiros deles estavam impregnados do ideal de “modernização” de suas elites econômicas e políticas, traduzido em projetos de criação de bairros novos na cidade. Para Miranda (1999, p. 63, apud BARBOSA, 2014, p. 27) o Plano Polidrelli, elaborado em 1904, visava afastar a moradia da elite local da “desorganização, sujeira e promiscuidade” existentes nos outros bairros. Nas décadas seguintes, o processo de segregação dos habitantes de Natal se afirmou pelo direcionamento e concentração de investimentos públicos em infraestrutura nos espaços privilegiados para habitação e oferta de serviços, incluindo os eixos viários que lhe davam acesso (FURTADO, 2005).

Com o avanço da urbanização, a cidade experimentou o que à luz de Harvey (2011, p. 144), poderiam ser caracterizados como “episódios repetidos de reestruturação urbana com ‘destruição criadora’”⁴. E como frequentemente costuma acontecer, a busca por mecanismos de diferenciação social das elites locais encontrou respaldo nas operações das forças de mercado, através da venda de habitações nos bairros em franca valorização aos incorporadores e/ou construtores. Os terrenos adquiridos constituíam insumos às atividades construtivas para a produção de imóveis destinados à venda aos clientes com maior poder aquisitivo. Historicamente, esse fenômeno emerge com maior nitidez nos anos setenta do

⁴ A origem da expressão “destruição criadora” encontra-se em Marx (1890). Schumpeter (1942) contribuiu para sua popularização, inclusive ao utilizá-la para nomear o capítulo 7 da obra *Capitalismo, Socialismo e Democracia*.

século passado, como decorrência da implantação da política habitacional para o país na década anterior e o desenvolvimento imobiliário que a mesma acarretou (COSTA, 2016).

Em meados da primeira década deste século, Natal experimentou um ciclo imobiliário expansivo desencadeado, entre outros fatores, pelo aumento da demanda de turistas estrangeiros por imóveis na cidade. A partir de 2008, quando a procura deles declinou, em função da crise que atingiu os principais países emissores de turistas estrangeiros para o estado, o *boom* na construção foi sustentado pelo crescimento da oferta de crédito habitacional dirigida ao setor. Até 2010, a demanda por ativos imobiliários no referido município foi retroalimentada por movimentos especulativos capazes de provocar bolhas em seus preços (BEZERRA *et al.*, 2013). Na década seguinte, mais precisamente até 2014, as perspectivas de exposição da cidade aos organizadores e turistas que assistiriam aos jogos da Copa do Mundo mantiveram o mercado aquecido, com elevados níveis de emprego no setor, conforme registra o trabalho de Silva (2018).

A expansão imobiliária nesse último ciclo expansivo foi acompanhada pelo aumento substancial de verticalização da cidade. Para Costa (2016) o crescimento desse fenômeno foi impulsionado, sobretudo, pela demanda por habitação, com a qualificação que a mesma embutia também a busca por diferenciação dos “segmentos sociais mais abastados” em torno de uma “nova concepção de moradia”.

Para o referido autor, a produção do espaço urbano nas grandes cidades pode ser investigada a partir do fenômeno da verticalização, pois é possível analisar, entre outros aspectos, a importância do capital imobiliário que opera no âmbito das forças de oferta. E também observar “as características socioeconômicas dos adquirentes dos imóveis”, capazes de determinar o fenômeno de “uma seletividade social” por meio dos preços que estão aptos a pagar, ou seja, dos preços de demanda.

A importante consideração feita por Costa (2016), acerca da “seletividade social” operar como um dos condicionantes da demanda por imóveis em condomínios verticais, certamente pode ser explorada em uma perspectiva mais ampla, abrangendo outras formas de moradia. É também evidente que o exame de mecanismos de diferenciação social dessa natureza, identificados na própria concepção e implantação dos primeiros planos urbanísticos de Natal, pressupõe o

avanço do capital imobiliário, notadamente de seu emprego em edificações voltadas à habitação. Assim, como é igualmente possível observar neste processo a conexão, a qual alude Harvey (2011, p.143), entre a “reconstrução da geografia urbana” e as “transformações no estilo de vida”.

Com base nessas considerações, justifica-se que sejam investigadas outras motivações à aquisição de imóveis para habitação na cidade, que não as decorrentes diretamente de propósitos especulativos⁵ ou mesmo de obtenção de rendas de aluguel. Merecendo destaque neste contexto, a influência que fatores de natureza subjetiva teriam sobre a demanda por imóveis residenciais, conforme revela a literatura internacional, ver Walters e Carr (2017) e Lee e Mori (2016), ao tratar as diferentes dimensões do mercado imobiliário, em distintas cidades e países ao longo do tempo.

Este artigo tem o objetivo de analisar a procura de imóveis residenciais em Natal à luz de fatores subjetivos, dentre os quais ganham relevo a busca de diferenciação social. A pesquisa é fundamentada na realização de entrevistas com corretores empregados em imobiliárias da cidade de Natal, entre dezembro de 2017 e janeiro de 2018.

A hipótese de trabalho é que a motivação para a compra de imóveis residenciais está sujeita às referências socialmente construídas, que aparecem nas formas de exaltação de símbolos de status e mecanismos de emulação, conformando seu consumo conspícuo. Tais conceitos, presentes nas obras iniciais de Veblen⁶, encontram-se plenamente elaborados em seu livro mais conhecido *The Theory of Laisure Class*, de 1899, publicado em português com o título de *Teoria da Classe Ociosa*⁷ (CRUZ, 2014).

Ressalta-se assim, que o objetivo, hipótese e pesquisa empírica que estruturam este artigo o posicionam em um campo de investigação distinto da

⁵ A compra de ativos imobiliários com propósitos especulativos é baseada na expectativa de ganhos de capital, com a elevação esperada de seus preços de venda comparativamente ao preço de compra.

⁶ Thorstein Veblen, economista e filósofo em função da natureza interdisciplinar de sua obra teve profunda influência em diversos campos do conhecimento nas áreas das Humanidades e Ciências Sociais. Sua obra deu origem à escola conhecida como “Economia Institucional” (SALLES; PESALLI; FERNÁNDEZ, 2017).

⁷ VEBLEN, T. (1899). **A Teoria da Classe Ociosa**: um estudo econômico das instituições. Thorstein Veblen; tradução de Olívia Krahenbul. 3. ed. – São Paulo: Nova Cultura, 1987.

literatura baseada na teoria dos preços hedônicos ou implícitos, que analisa o comportamento do mercado imobiliário em diferentes capitais brasileiras.^{8,9}

Este artigo ancora-se na teoria pós keynesiana da escolha do consumidor compilada por Lavoie (2014)¹⁰. Esta agenda tem se notabilizado pelo desenvolvimento de trabalhos elaborados em diferentes áreas de conhecimento em Economia, incluindo os que promovem interfaces com outras ciências (LAVOIE, 2014).

A possibilidade de sinergia da teoria pós-keynesiana da escolha do consumidor com programas de pesquisa de outras áreas de conhecimento no campo das ciências humanas é notável. No caso específico deste trabalho, a referida teoria serve de suporte à investigação dos aspectos relativos à demanda potencial de imóveis com base em Veblen (1987).

Veblen e a construção de referências, padrões de consumo e emulação

Veblen, em sua obra *Teoria da Classe Ociosa* (1987), explora a importância dessa classe na construção de referências de comportamento e padrões de gosto para as demais. Ele esclarece que não emprega o termo ócio no sentido da “indolência ou quiescência”, mas sim de “tempo gasto em atividade não produtiva, primeiramente, por um sentimento de indignidade do trabalho produtivo e, em segundo lugar, para demonstrar a capacidade pecuniária de viver uma vida inativa” (VEBLEN, 1987, p. 24).

Em seu artigo de 1894, *The Economic Theory of Woman's Dress*, Veblen observa que no vestuário humano é possível distinguir duas funções. A primeira delas associa os elementos materiais do produto à cobertura e revestimento do corpo para conforto e proteção. A segunda função serve para vincular os “elementos

⁸ Vide Arraes e Souza Filho (2008), Pontes, Paixão e Abramo (2011), Coelho Júnior e Silveira Neto (2015, 2016) e Seabra, Silveira Neto e Menezes (2016). Estes trabalhos utilizam modelos econométricos com o propósito de identificar a importância dos atributos físicos, ou características intrínsecas, e das amenidades, por vezes chamadas de características extrínsecas ou mesmo vizinhança, na composição dos preços dos imóveis. Com base nas respectivas hipóteses estabelecidas e nos modelos econométricos empregados, eles observam a valorização atribuída pelos demandantes às mudanças nos componentes investigados, que em seus modelos definem como atributos físicos e amenidades, o que lhes permite chegar aos preços implícitos dessas variáveis.

⁹ Arraes e Souza Filho (2008) e Coelho Júnior e Silveira Neto (2016) constituem um bom exemplo dessa diferença de abordagem. Os artigos explicitam o referencial teórico-analítico que adotam, quando vinculam seus modelos de análise à teoria do consumidor de origem neoclássica.

¹⁰ Para compreensão da teoria pós-keynesiana da escolha do consumidor, vide Lavoie (2014, cap. 2).

materiais e simbólicos” do vestuário aos “seus propósitos comerciais ou cerimoniais de aparência reputável do usuário” (CRUZ, 2014, p. 81). A primeira função ancora-se no “princípio de trabalho eficaz (*instinct of workmanship*)”, enquanto a segunda no “princípio da norma do desperdício conspícuo (*conspicuous waste*)” (CRUZ, 2014, p. 82).

Cruz (2014) refere-se ao princípio da norma do desperdício conspícuo da seguinte forma:

Para Veblen (...) a obtenção ou a elevação do prestígio ou reputação de um indivíduo no seu grupo, na sua classe social, ou na sociedade como um todo, é proporcional ao grau de desperdício conspícuo, evidente, que executa; ou seja, é proporcional à sua “habilidade para pagar” (*ability to pay*), ou “habilidade para gastar e desperdiçar” (*ability to spend*). (CRUZ, 2014, p. 81).

Cruz (2014) considera os princípios referidos acima fundamentais à obra do autor, encontrando-se plenamente desenvolvidos em sua obra mais famosa, Teoria da Classe Ociosa, mas também aparecendo em trabalhos posteriores.

A perspectiva analítica de Veblen (1987) é desenvolvida com base na classificação da história da humanidade em “dois grandes estágios culturais” (CRUZ, 2014, p. 36). Assim,

Pode-se até mesmo afirmar, com grande dose de segurança, que toda a teoria econômica e social de Veblen é, em última instância, um “discurso” sobre esta primordial inflexão histórica; da passagem de uma milenar etapa pacífica, cooperativa e ginocêntrica da humanidade – a Selvageria Pacífica (*the savage stage*) –, para uma etapa predatória, competitiva, individualista, androcêntrica e misógina – a Etapa Predatória (*the predatory stage*). A partir desta inflexão histórica essencial, Veblen irá demonstrar, em muitas passagens de sua obra, que grande parte do comportamento humano e das instituições das etapas seguintes, e especialmente da etapa pecuniária de sua (e nossa) época, são atualizações, refinamentos, ajustamentos institucionais ou evoluções dos comportamentos relevantes e das instituições instalados a partir desta inflexão histórica. (CRUZ, 2014, p. 36).

A Etapa Predatória, a qual Cruz (2014) se refere envolveria ainda dois estágios culturais, o Estágio Bárbaro e o Estágio Pecuniário. No primeiro, a classe ociosa, que aparecera de forma pouco diferenciada na etapa anterior, já se encontra plenamente desenvolvida, correspondendo historicamente à idade média europeia e japonesa. A fase pecuniária, por sua vez, seria marcada por etapas mais avançadas de organização, contando com a presença de contratos e de trabalho assalariado. Simiqueli (2016) aborda a classe ociosa em Veblen (1987), destacando que ela “se

fortalece, enquanto conceito e enquanto instituição, conforme avança a marcha histórica da progressiva divisão de tarefas, atribuições e prerrogativas entre os homens” (SIMIQUELI, 2016, p. 54).

Veblen (1987, p.17)¹¹ observa que nas fases pecuniárias, a acumulação de bens e riqueza torna-se o instrumento por meio do qual os indivíduos obtêm respeito perante os outros, conformando sua autoestima e tomando o lugar dos troféus como “índice convencional de preponderância e de sucesso”. A propriedade se torna a base de reconhecimento e estima da sociedade e é nesta perspectiva que ele trata o desejo de riqueza dos indivíduos, manifestado por meio de comparações, pois cada um “para sua própria paz de espírito” deve “possuir tantos bens quanto os outros de sua classe, e é extremamente agradável possuir alguma coisa mais que os outros” (VEBLEN, 1987, p. 19). Caso isso ocorra, além da estima o indivíduo também pode despertar inveja, sendo esse o mecanismo típico da “comparação odiosa” em busca de prestígio. Ademais, a acumulação de riqueza confere poder, motivando os indivíduos a persegui-la.

Assim, vai se estabelecendo a competição entre as classes em torno da aspiração de mais poder e status, o que gera disputa entre as mesmas. Cada classe inveja e quer competir com a que se posiciona acima na escala da sociedade. O consumo também deve ser visto segundo essa lógica, pois ele tem um papel importante como mecanismo que evidencia as diferenças entre as classes, conforme mostra Veblen (1987):

O padrão de vida, que em geral governa os nossos esforços, não são os gastos ordinários comuns, já alcançados; é o consumo ideal pouco além do nosso alcance, ou cujo alcance requer certo esforço. O motivo é a competição – o estímulo de uma comparação individual que nos instiga a sobrepujar àqueles que estamos habituados a considerar como pertencentes à nossa classe (VEBLEN, 1987, p. 49).

É com base nessa lógica de comparação que Veblen (1987) trata o consumo conspícuo: como uma influência coercitiva que perpassa todo o tecido social, tornando-se a grande fonte de admiração entre os indivíduos. Como observam Salles e Camatta (2017, p. 237), na interpretação de Veblen (1987), tal consumo

¹¹ Veblen observa que quando a comunidade passa da fase de uma selvageria pacífica para a predatória “as atividades dos homens assume com maior e maior força o caráter de proeza; e a comparação impiedosa entre os caçadores e guerreiros se torna cada vez mais fácil e mais costumeira, os sinais tangíveis da proeza, os troféus entram para o mundo mental do homem como traço essencial da vida” (VEBLEN, 1987, p. 11).

torna-se um padrão da classe “usado como símbolo de status, como método de demonstração de prestígio individual e de distinção (posição) social”.

Para ser rotulados como supérfluos, os gastos habituais deveriam ser sustentados no “hábito da comparação invejosa”; ou seja, “não podiam tornar-se habituais e normativos sem o apoio desse princípio de reputação pecuniária ou sucesso relativo” (VEBLEN, 1987, p. 48). Conforme enfatiza Cruz (2014, p. 72), para Veblen (1987), o consumo conspícuo, no qual estão incluídas as residências, não envolve apenas a satisfação pelo acesso aos artigos ou bens de qualidade superior, mas do aumento na intensidade deste sentimento derivado da “reafirmação da reputação, do *good-will*, ou do status social do consumidor”.

Outra característica observada por Veblen (1987), presente nos diversos estágios da organização da sociedade, que se conecta com os conceitos já tratados é a propensão para a emulação dos indivíduos. Inicialmente vista como uma característica capaz inclusive de contribuir para a eficiência do trabalho (emulação industrial ou funcional), esse impulso assume outra conotação ao longo do tempo. Ao tratar dessa temática em Veblen (1987), Cruz (2014, p. 105) observa que a emulação no estágio cultural predatório torna-se predatória ou pecuniária, passando a incorporar “componentes de hostilidade, inveja e competição entre os sujeitos”. Logo,

o objetivo, aqui, é claramente, e quase que unicamente, derrotar o “outro”, ou superar o “outro” (para obtenção de respeito social, estima e reputação). Não se pode afirmar radicalmente, em economia, que os “objetos” utilizados no processo de comparação hostil da emulação predatória pelos indivíduos podem ser irrelevantes ou insignificantes, como ocorre, por exemplo, nas disputas esportivas (CRUZ, 2014, p. 105).

Ao abordar a emulação em Veblen (1987), Ferreira (2017, p.19) considera que “o indivíduo tem por objetivo igualar-se a outro”. O consumo não é utilizado com a intenção de saciar necessidades, mas como provedor da razão existencial.

Neste sentido, as decisões de consumo dos indivíduos devem ser consideradas a partir de contextos sociais nos quais prevalecem instituições, formadas e sustentadas pelos hábitos. Embora, Veblen (1924, p. 101, apud NEALE, 2017, p. 84) ressalte as dificuldades acerca dos “limites do conceito e dos mecanismos por meio dos quais as instituições funcionam, e de suas consequências”.

Quanto à causalidade exposta acima, dos hábitos determinarem a formação de instituições, Salles e Camata (2017) consideram que na perspectiva vebleniana opera igualmente um sentido de causação reversa, com as mudanças nos âmbitos institucionais promovendo alterações nos hábitos. Esse processo de retroalimentação aparece quando os indivíduos com frequência “são obrigados a adaptar seus hábitos e rotinas de modo a agir em conformidade com o socialmente aceito” (SALLES; CAMATA, 2017, p. 353).

O consumo conspícuo também pode ser explorado em uma perspectiva macroeconômica. Ferreira (2017)¹² analisa essa possibilidade com base no modelo desenvolvido por Setterfield e Kim (2016), com três classes sociais - capitalistas, gestores e trabalhadores -, no qual

O consumo estimulado pela emulação e financiado por empréstimos é fruto do “paradoxo da desigualdade” (efeitos positivos do aumento da desigualdade na formação da demanda que emana do canal de consumo) e finda por impulsionar o crescimento (SETTERFIELD; KIM, 2016). Na medida em que o agravamento da desigualdade de renda se traduz em desigualdade de consumo, as famílias menos abastadas tentam manter o padrão de consumo dos mais ricos, isso pode resultar em um novo aumento da desigualdade de consumo, o que reforça a emulação do consumo [...] (FERREIRA, 2017, p. 35).

Ferreira (2017) também menciona a abordagem sistêmica desse tema pela teoria do subdesenvolvimento de Celso Furtado (2000). Para o autor, os fenômenos da emulação e do consumo conspícuo destacam-se na conformação de estruturas sócioeconômicas características de países periféricos. No quadro de uma articulação estabelecida a partir da afirmação da divisão internacional do trabalho, as elites e a alta classe média destes países tendem a reproduzir padrões de consumo dos países centrais (ricos)¹³, com desdobramentos que frequentemente resultam em crises econômicas. Ao observar os problemas da economia brasileira em fins dos anos noventa, Furtado (2000) faz a seguinte indagação:

Mas, que esperar de um processo de crescimento que derivava seu dinamismo da reprodução indiscriminada de padrões de consumo de sociedades que já alcançaram níveis de produtividade e bem-estar muitas vezes superiores aos nossos? (FURTADO, 2000, p. 4).

¹² Ferreira (2017) analisou a demanda por bens de consumo no Brasil, considerando além das variáveis preço e renda, o que ela denominou de fatores subjetivos como a emulação, status, poder aquisitivo, vontade e desejo.

¹³ Os efeitos desta conexão poderiam ser observados também no tipo de industrialização adotado nos países periféricos e no padrão de distribuição de renda capaz de sustentá-la, geradores de forte heterogeneidade nos âmbitos produtivo e social e elevada vulnerabilidade econômica, que aparecia frequentemente na forma de crise de balanço de pagamento.

O próximo item abordará os conceitos desenvolvidos por Veblen (1987), recorrendo à literatura que permite contemplar as temáticas formas de moradia e estilos de vida. Ele dará ênfase, notadamente, à abordagem do consumo conspícuo e dos processos de emulação no tratamento dos referidos temas.

Residências e formas de consumo conspícuo

A perspectiva de influência do contexto social sobre decisões de consumo a que se refere Veblen (1987) pode ser encontrada em Hobsbawm (2013). Nesta obra, ele descreve um típico fenômeno de emulação ao mencionar o “primeiro estilo de vida doméstico burguês verdadeiramente confortável” que emerge na Grã Bretanha no século XIX, manifestados por meio da “vila ou o chalé suburbano ou rural, construídos no estilo nacional e mobiliados na linha das artes e ofícios” (HOBBSAWM, 2013, p. 135).

Harvey (2011), ao abordar a suburbanização dos EUA, relaciona o desenvolvimento imobiliário com a afirmação de estilos de vida, permitindo também a leitura de ocorrência de processos de emulação e consumo conspícuo em seu tratamento. Para o autor, a difusão deste tipo de moradia impulsionou:

a produção e comercialização de novos produtos, de casas suburbanas e centros comerciais a geladeiras, ares-condicionados, televisores e telefones. Isso significou dois carros na garagem e um *boom* das indústrias de borracha, petróleo e aço. Até mesmo a demanda por cortadores de grama cresceu! Afinal, aqueles gramados tinham de ser mantidos limpos. (HARVEY, 2011, p. 140).

Ao mencionar os projetos de urbanização no Oriente Médio, mais precisamente, em Dubai e Abu Dhabi, Harvey (2011) os qualifica de surpreendentes, espetaculares e, em alguns aspectos, absurdos. Em sua perspectiva, Harvey (2011, p. 142-143) denota que tais projetos representariam as “formas mais conspícuas possíveis (como uma pista de esqui interna em pleno deserto)” para se absorver os excedentes de capital oriundos da exploração de petróleo. Não é preciso enfatizar que a oferta de tais empreendimentos imobiliários pressupõe na outra ponta, a existência de demanda pelos mesmos, ou seja, de consumo conspícuo.

Walters e Carr (2017) também tratam o tema do consumo conspícuo na Nova Zelândia¹⁴, país colonizado pelos britânicos e que posteriormente tornou-se membro da Comunidade das Nações, *the Commonwealth*, após sua independência. Os autores concentram sua investigação nos imóveis apresentados em uma revista¹⁵ de arquitetura destinados a servir de segunda residência, explorando distintos elementos no tratamento das matérias – área, vista, bens de consumo duráveis, decoração -, que ao longo do tempo simbolizaram formas de diferenciação social¹⁶. A perspectiva teórica sobre a qual desenvolvem o trabalho é amplamente sustentada em Veblen (1987).

Os autores concluem que a revista revelou modificações nos padrões de consumo na Nova Zelândia, ao longo do tempo, notadamente nos elementos que constituíram representações de luxo. Essas alterações foram acompanhadas pela afirmação de referências culturais oriundas de outros países, através do *marketing* e exposição de produtos domésticos, inicialmente dos Estados Unidos e países membros do Reino Unido e, posteriormente, também da Escandinávia. Eles identificaram conexões entre as mudanças apresentadas nas formas de consumo conspícuo pela revista e os fatos históricos marcantes, tendo importância decisiva nesses processos os ciclos econômicos. Para eles,

[...] It demonstrates that studying changes in how luxury is represented does, indeed, provide a useful avenue into the changing patterns of conspicuous consumption. This reflects changes in the inner workings and values of a society, beyond studies of branding and consumer behavior [...] (WALTERS; CARR, 2017, p. 16-17).

A relação entre consumo conspícuo e imóveis residenciais é estabelecida por Lee e Mori (2016), em artigo que investiga os efeitos da demanda por status sobre os preços dos imóveis em diferentes áreas, denominadas de *Metropolitan statistical areas* (MSAs¹⁷), dos Estados Unidos no período 2004-2011. Afinado com a visão de

¹⁴ Os autores trataram o consumo conspícuo por meio de uma ampla pesquisa em uma revista de Arquitetura, compreendendo os anos de 1936-2015, considerando os textos publicados, as fotografias e as propagandas divulgadas pelas edições da revista.

¹⁵ A revista que serviu de fonte de pesquisa foi a primeira publicação na Nova Zelândia voltada para "Arquitetura e estilo de vida", mantendo-se em circulação até a data da elaboração do artigo, 2016, correspondendo a um período de publicação ininterrupta de 79 anos.

¹⁶ Os autores observam que "however, despite the supposed democratisation of second home ownership since the early 20th century, a number of researchers hold that second homes are still social indicators that convey status and, thus, constitute a form of conspicuous consumption" (WALTERS; CARR, 2017, p. 4).

¹⁷ Trata-se do delineamento de uma determinada área, geralmente uma cidade central com alta densidade populacional (a partir de 50.000 habitantes) e sua região adjacente, com um alto grau de

Veblen (1987) e estruturado em torno da hipótese de serem os consumidores conspicuos os responsáveis por promoverem os maiores desvios de preços dos imóveis de seus valores médios, o artigo considera que tais desvios representariam um prêmio que os consumidores se disporiam a pagar para sinalizar sua riqueza ao mundo exterior.

O trabalho também classificou como conspícuo o consumo de outros bens - moda, relógios e carros – associados às marcas reputadas como luxuosas. Como hipótese supôs que haveria uma forte relação entre a disposição dos habitantes das distintas áreas em consumi-los¹⁸ e o prêmio que pagariam por residências de alto padrão nelas localizados. As evidências permitiram constatar que a relação entre o consumo conspícuo e o prêmio por residência de elevado padrão é maior em algumas áreas, quando comparadas a outras, assim

This suggests that high-end houses located in MSAs with higher conspicuous demand may be purchased for the enjoyment of signaling wealth and status rather than for the intrinsic values of these houses. Hence, this housing consumption behavior could partly drive the large deviation of high-end house prices from the median house price (LEE; MORI, 2016, p. 728).

A obra de Caldeira (2000) voltada à organização urbana da cidade de São Paulo, com ênfase na questão habitacional, também comporta um olhar vebleniano. O eixo que estrutura o trabalho é a classificação das formas de segregação social e espacial, que tem correspondência histórica. A primeira forma identificada é a segregação por tipo de moradia, compreendendo o período entre o final do século XIX até 1940. A segunda forma de segregação é a centro-periferia, que vigora entre 1940 e 1980. As habitações das classes média e alta localizam-se nos bairros próximos da área central, bem dotados de infraestrutura, enquanto os pobres tendem a habitar “nas precárias e distantes periferias” (CALDEIRA, 2000, p. 211).

Na segunda fase, a partir de meados dos anos sessenta, a referida autora observa uma mudança no padrão de moradia das classes com maior poder aquisitivo, beneficiárias em maior escala do financiamento do Banco Nacional de

integração econômica e social com o núcleo central (OMB, 2010). No tocante ao trabalho empreendido pelos autores, foram analisadas 101 MSAs, distribuídas da seguinte forma entre as regiões americanas: 11 da região Nordeste; 24 da região Meio-Oeste, 37 da região Sul; e, 29 da região Oeste. Vide Lee e Mori (2016) para maiores informações.

¹⁸ O estudo identifica que nos períodos de crescimento econômico, a conexão mais estreita entre as citadas formas de consumo conspícuo tende a se aprofundar, o que não ocorre nas áreas em que a relação é menos nítida em que o prêmio sobre o valor médio da residência é mais baixo e volátil.

Habitação (BNH). Com seus domicílios nos novos prédios de apartamentos, elas conformam um novo estilo de habitação e distinção (reverte-se definitivamente o preconceito que tinham contra moradias coletivas, que vigorara fortemente até os anos quarenta, associadas à pobreza e à ideia de cortiços).

A partir dos anos oitenta, o padrão centro-periferia não é mais suficiente para expressar a segregação social e espacial da cidade, marcada pelo aumento da criminalidade. Caldeira (2000) observa que parcela crescente das classes médias e altas alteram seus estilos de moradia, saindo das áreas centrais para morar na periferia ou nos distritos das áreas metropolitanas próximas à capital, em enclaves fortificados. Delineia-se a nova forma de segregação nas áreas incorporadas pela expansão do capital imobiliário, com ricos e pobres tendo habitações próximas, mas divididas por muros.

Nessa nova forma de segregação social e espacial, os ricos passam a habitar em condomínios verticais ou horizontais, com seus equipamentos de segurança operando inclusive como sinalizadores de status (estética da segurança). Os pobres procuram se defender utilizando grades em suas habitações (emulando as classes de alto poder aquisitivo à medida que buscam distinção instalando grades que se diferenciam dos padrões mais comuns).

O próximo item abordará os determinantes da demanda por imóveis em Natal, capital de um pequeno estado da Região Nordeste do Brasil, ou seja, considerará essa temática em um contexto social e econômico completamente distinto, embasada em uma pesquisa realizada por meio de entrevistas com agentes imobiliários em empresas do setor.

Determinantes da procura por Imóveis residenciais em Natal

Inicialmente convém abordar a ferramenta escolhida para servir ao arcabouço analítico do estudo da demanda por imóveis residenciais em Natal, à luz de fatores subjetivos, dentre os quais, destaca-se a busca de diferenciação social. A escolha recaiu sobre um método que permitisse aos sujeitos, diretamente envolvidos na comercialização de imóveis, relatar quais seriam os fatores levados em consideração por seus clientes durante o processo de escolha do produto. Dessa forma, como método foi utilizado a entrevista semi-estruturada (FERREIRA, 2017; MANZINI, 2004; TRIVIÑOS, 1987).

Conforme observa Triviños (1987, p. 152), a entrevista semi-estruturada “favorece não só a descrição dos fenômenos sociais, mas também sua explicação e a compreensão de sua totalidade”. A estruturação das perguntas realizadas durante uma entrevista semi-estruturada seguem duas vertentes, a fenomenológica e a histórico-estrutural¹⁹. Tal qual o trabalho de Ferreira (2017), neste artigo as indagações seguiram a vertente fenomenológica, na intenção de interpretar o comportamento dos consumidores quanto ao consumo conspícuo.

Assim, com o propósito de se obter informações acerca dos requisitos que determinariam a escolha dos compradores de imóveis em Natal foram feitas entrevistas²⁰ junto a 10 corretores de imóveis, que operavam em 10 imobiliárias da cidade em dezembro de 2017 e janeiro de 2018. Em uma pesquisa de cunho qualitativa, não se faz necessária a utilização do processo de amostragem probabilística, nem mesmo de um grande número de entrevistados (APPOLINÁRIO, 2006; GIL, 2010; MALHOTRA, 2006). Apesar disso, cada corretor entrevistado trabalhava à época em uma imobiliária diferente, o que indica que o número de empresas pesquisadas correspondeu a uma amostra de 4% do total de imobiliárias da cidade.

Os questionários²¹ respondidos por seus respectivos funcionários, na maioria do sexo masculino (80%), envolviam perguntas a respeito dos aspectos que influenciavam as decisões de compra de imóveis pelos clientes dessas empresas.

Inicialmente o questionário solicitava ao entrevistado(a) que relacionasse os itens que seus clientes procuravam quando decidiam comprar um imóvel. A resposta deveria ser **espontânea**, ou seja, os fatores considerados decisivos deveriam ser apontados livremente. Todos os entrevistados responderam e mais da metade deles destacou a **localização** como o item de maior importância para o adquirente. A variável **custo do imóvel** ocupou o segundo lugar como fator determinante na tomada de decisão, enquanto dividiram a terceira posição como atributos-chaves na escolha a **segurança** e o **bairro**.

¹⁹ A linha teórica fenomenológica objetiva a descoberta dos comportamentos das pessoas de determinados meios culturais. Na linha teórica histórico-estrutural, o objetivo recai sobre a determinação das razões imediatas do fenômeno social. Para maiores informações dos respectivos métodos de investigação, vide Manzini (2004) e Ferreira (2017).

²⁰ Para atender ao critério essencial que deve nortear uma pesquisa qualitativa, de priorizar a qualidade das respostas, que dependem da disposição e comprometimento dos respondentes em fornecer as informações solicitadas e dirimir eventuais dúvidas que possam surgir das respectivas entrevistas, foram selecionadas 10 entrevistas.

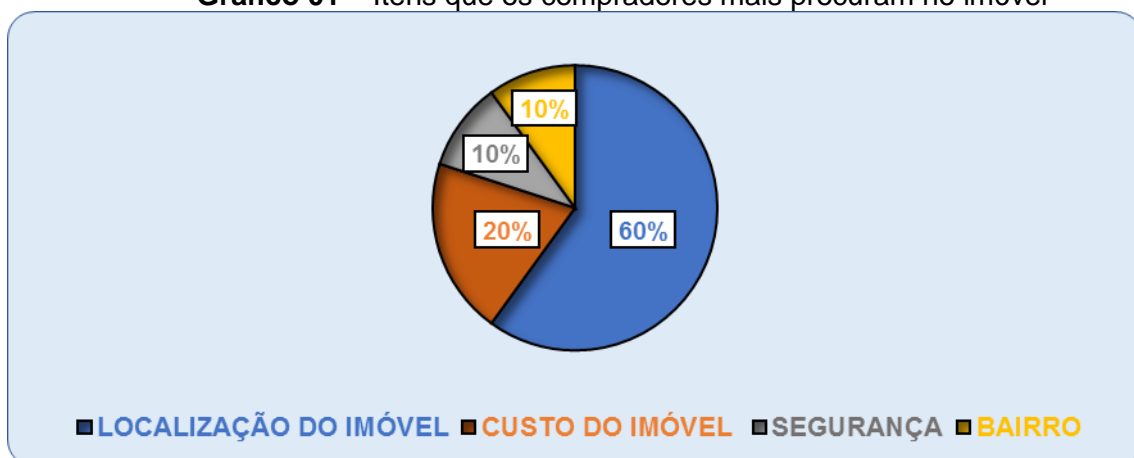
²¹ Vide Apêndice.

À primeira vista, localização e bairro parecem ter o mesmo significado quando o recorte espacial de referência é o meio urbano. Contudo, em 40% das respostas dos entrevistados os dois itens são igualmente mencionados, aparecendo, porém, com ordem de importância distinta dentre os determinantes de demanda de seus clientes.

Outro atributo citado com razoável frequência, mas em diferentes posições pelos entrevistados, foi o item vizinhança, um deles, inclusive, usou a expressão “prestígio de vizinhança”. Outros fatores mencionados pelos corretores imobiliários foram: facilidade no acesso; lazer; estrutura; tamanho do condomínio; conservação do imóvel; proximidade da praia; proximidade do *shopping*; decoração.

O Gráfico 01 mostra as respostas espontâneas dos agentes imobiliários acerca dos itens que classificariam como principal determinante da compra de um imóvel. A participação relativa dos atributos considerados em primeiro lugar pelos entrevistados foi a seguinte: localização do imóvel, 60%; custo do imóvel, 20%; segurança, 10% e bairro, 10%.

Gráfico 01 – Itens que os compradores mais procuram no imóvel



Fonte: Dados da pesquisa. Elaboração própria, 2018.

Tomando por base o trabalho de Ferreira (2017), que identificou a influência de outros países nos padrões de consumo no Brasil, perguntou-se aos entrevistados se esse fenômeno era detectável no caso da demanda por imóveis de seus clientes. 60% dos corretores afirmaram que os demandantes de imóveis se sentiam influenciados pela estética e gosto característicos de outros países, enquanto 40% responderam que seus clientes não eram inspirados por tais padrões.

Para os que identificaram tais influências, quando indagados acerca dos países que inspiravam os padrões de demanda de seus clientes, os Estados Unidos foram citados por 40% dos agentes imobiliários, correspondendo ao dobro do percentual da França, 20%. No caso americano, o destaque foi a cidade de Miami. Em se tratando da França, a cidade de Paris foi a única referência citada. A influência estadunidense para eles aparecia na solicitação de *closets*, de suítes e da chamada cozinha americana. Segundo os entrevistados, essas demandas eram compartilhadas tanto por classes de alto quanto de médio rendimento.

No Quadro 01 estão explicitadas as variáveis selecionadas no questionário para aferir a importância que os entrevistados atribuem às mesmas como determinantes da demanda de seus clientes (por imóveis para compra). No aludido quadro encontram-se ainda as posições atribuídas a elas por esses corretores imobiliários que atuavam na cidade de Natal, no período de dezembro 2017 e janeiro de 2018, bem como a frequência com que as ocupam.

Quadro 01 – Variáveis selecionadas, suas respectivas posições e frequência com que aparecem nos questionários respondidos

Variável	Bairro	Valor do Imóvel	Metragem do Imóvel	Número de Suítes	Número de Vagas na Garagem	Valor do Condomínio	Tamanho da Varanda
Posição							
1º	6	3					
2º	3	2	1	4		1	1
3º	1	3	4	3			
4º		2	2	3		2	
5º			1		5	4	
6º			2		5	2	1
7º						1	8

Fonte: Dados da pesquisa. Elaboração própria, 2018.

Com o propósito de identificar a ordem de importância que essas variáveis selecionadas têm na demanda por imóveis em Natal foi feita uma ponderação, atribuindo-se às posições ocupadas uma numeração para evidenciar a ordem de

importância que cada corretor lhes deu²². Assim, considerando-se a frequência com que as variáveis apareceram nas posições estabelecidas pelos entrevistados foi possível montar um indicador, vide Quadro 02.

Quadro 02 – Valor dos indicadores das variáveis selecionadas

Variáveis	Valor do Indicador
Bairro	916,70
Valor do Imóvel	766,76
Metragem do Imóvel	683,46
Número de Suítes	516,86
Número de Vagas na Garagem	350,22
Valor do Condomínio	250,30
Tamanho da Varanda	100,04

Fonte: Dados da pesquisa. Elaboração própria, 2018.

Com relação à ordem de preferência das variáveis selecionadas, o indicador disposto abaixo mostrou que o **bairro** no qual o imóvel está localizado ocupa o primeiro lugar como elemento determinante na demanda do adquirente, enquanto o segundo é preenchido pela variável **valor do imóvel** e o terceiro pelo **número de suítes**. Com base nos valores desses indicadores é possível identificar claramente a importância que as variáveis apresentam como requisitos às compras de imóveis.

Em se tratando das três variáveis citadas, o item **bairro** ocupa a primeira posição, com o valor do indicador igual a 916,70. Um aspecto interessante a ser destacado é que a frequência relativa com que este item aparece em primeiro lugar no referido quadro é igual à do fator “localização”, citado de forma **espontânea** por 60% dos entrevistados²³, no Gráfico 01. Uma vez que o atributo “localização” não constava como **variável selecionada** no questionário respondido pelos agentes imobiliários, parece razoável supor que os entrevistados deram-lhe o mesmo sentido que o da variável bairro.

De acordo com o Quadro 02, o item selecionado **valor do imóvel** assume a segunda posição como variável determinante na procura por imóveis em Natal (indicador igual a 766,66). Comparando-se com as respostas espontâneas

²² À primeira posição foi atribuído o número 100; a segunda, 83,34; a terceira, 66,68; a quarta, 50,02, a quinta, 33,36, a sexta, 16,70 e a última foi dado o número zero.

²³ Com a necessária qualificação que na resposta **espontânea**, o item bairro também aparece em primeiro lugar em 10% das entrevistas, ou seja, agregando-se localização e bairro se atinge o percentual de 70%.

mostradas no Gráfico 01, novamente parece haver convergência, pois o que aqui aparece como item valor, lá os corretores denominaram de custo do imóvel.

As perguntas seguintes visavam identificar se era possível examinar o mercado de imóveis de Natal à luz de elementos identificados na abordagem de Veblen (1987). Nessa perspectiva se fez a seguinte indagação ao entrevistado(a): as exigências dos compradores estariam relacionadas à busca de status, ou seja, os imóveis representariam símbolos de conquista perante a sociedade? 70% das respostas foram afirmativas, contra 30% delas que negaram tal propósito.

A questão seguinte, formulada na mesma direção, visava explorar mais detidamente o uso da residência como símbolo de poder. Assim, perguntou-se se os clientes de maior faixa de renda ou níveis mais elevados de riqueza estariam mais interessados em ostentar ou obter conforto com sua moradia. 60% das respostas observaram que esses clientes eram movidos mais pelo interesse de ostentar, enquanto 30% registraram que eles buscavam conforto e 10% não responderam.

Para os entrevistados, a faixa de valores dos imóveis vendidos varia conforme a classe social de cada cliente. O Quadro 03 registra o rendimento médio por classe e valor médio do imóvel negociado.

Quadro 03 – Rendimento médio e valor médio dos imóveis comprados por classe de renda (em R\$)

Rendimento por Classe	Rendimento Médio	Valor Médio dos Imóveis Comprados
Renda Alta	19.700,00	275.000,00
Renda Média	11.710,00	227.000,00
Renda Baixa	6.350,00	149.000,00

Fonte: Dados da pesquisa. Elaboração própria, 2018.

É possível observar que, em geral, à variação do rendimento médio entre as classes tende a ser superior a variação entre os respectivos preços médios transacionados em valores correntes de janeiro de 2018. Convém ressaltar que como se tratam de médias, essas variáveis foram muito influenciadas por seus valores extremos. Como ilustração desse fenômeno, um dos corretores imobiliários entrevistado classificou como clientes ricos aqueles que obtinham renda de R\$ 60

mil mensais, ou seja, cerca do triplo do rendimento médio de compradores classificados neste perfil no Quadro 03. Ele classificou ainda com cliente de renda média, os que auferiam renda de R\$ 40 mil reais, representando também o triplo do rendimento médio de clientes classificados como de renda média pelos entrevistados, registrado no referido quadro.

Embora, evidentemente, este corretor não tenha sido o único exemplo em se tratando de diferenças de renda vis-à-vis os rendimentos médios registrados no Quadro 03, ele foi citado por sua afirmação corroborar nitidamente a aplicação da perspectiva teórica de Veblen à demanda por imóveis. De acordo com esse entrevistado, seus clientes de classe média compravam apartamentos de maior valor que os de renda mais alta, pois enquanto os primeiros demandavam imóveis no valor de R\$ 650 mil a preços de 2018, os de faixa de renda mais elevada compravam os de R\$ 500 mil reais. Ou seja, segundo este corretor, a classe de renda média tinha como referência para sua moradia, imóveis cujos valores seriam mais condizentes os de renda alta. Esse tipo de demanda refletiria não apenas a busca por residência, mas por elementos que fossem símbolos de status.

Por fim, cabe mencionar que para os corretores entrevistados, a demanda por moradia é preferencialmente voltada para apartamentos, média 82%. Colocando-se em segundo lugar, em posição muito distante, a procura por domicílio em condomínios horizontais, média de 15%. As chamadas casas de rua correspondem, em média, a apenas 3% das preferências da clientela desses corretores.

Considerações Finais

À luz da literatura abordada, inclusive no que diz respeito à emulação e consumo conspícuo na forma de residências em diferentes países e períodos de tempo registrados, convém tratar alguns aspectos da pesquisa feita para tratar do tema em Natal, RN.

Com base nos resultados das entrevistas é possível fazer algumas considerações adicionais. De início ressalta-se a razoável convergência observada entre as respostas espontâneas dos corretores imobiliários, acerca dos itens que destacariam como mais relevantes na demanda por imóveis de seus clientes, e as escolhas que eles fizeram das variáveis selecionadas como determinantes da decisão de compra dos adquirentes, apresentadas no questionário. Os quesitos

localização/bairro e valor do imóvel, respectivamente, em ambos os casos posicionaram-se no topo da hierarquia de critérios decisivos à aquisição de imóveis.

Ademais, salienta-se a proximidade acentuada entre os percentuais de respostas acerca da importância do atributo **localização/bairro** e a porcentagem de entrevistados que aludiram à busca de status como motivação da escolha de imóveis por seus clientes. Esta última perspectiva é reforçada pelas respostas afirmativas da maioria dos agentes imobiliários à pergunta seguinte, se os adquirentes de faixas de renda mais elevadas demandavam os imóveis mais como um instrumento de ostentação do que por seu atributo de conforto.

Conforme já mencionado, Veblen (1987) chamava atenção para as características associadas à utilidade do bem, que no caso específico do segmento imobiliário tratado neste trabalho estariam relacionadas à moradia. Contudo, os imóveis representam, por vezes, o patrimônio de maior valor das famílias. Assim, na qualidade de ativo, sua localização, bem como a existência de outros itens que concorram para valorizá-lo no mercado pode refletir também uma estratégia de aplicação de portfólio.

Neste sentido, a consideração que alguns adquirentes possam fazer da necessidade ou oportunidade de revenda dos imóveis que estão demandando (neste último caso para comprar de outro de maior valor) no mercado secundário, não pode ser descartada. É possível que essa possibilidade explique a menção espontânea que alguns corretores fizeram à importância que seus clientes atribuem às áreas de lazer e ao estado de conservação do imóvel, itens que, certamente, contribuem para sua valorização em caso de revenda. Em tais circunstâncias, a vizinhança também pode ser um elemento adicional para indicar prestígio e conferir status, capazes de valorizar o ativo no mercado.

À luz dessa perspectiva, algumas considerações precisam ser feitas à associação direta da variável bairro ou localização dos imóveis à demanda por status. Não seria de se esperar, pelo menos no que diz respeito ao item bairro/localização, que elementos objetivos também influenciassem tais escolhas? Afinal, em se tratando de economias periféricas, como é o caso da cidade em questão, a infraestrutura urbana é escassa e se concentra em partes de seu território, notadamente, nos bairros em que moram seus habitantes mais ricos. Uma parte significativa da oferta de empregos também, especialmente com o crescimento do setor de serviços, conforme observou Furtado (2005) quando tratou da expansão

da cidade de Natal, especialmente após o crescimento dos negócios turísticos. Certamente, foram esses elementos que justificaram a seguinte resposta afirmativa, dada por um corretor à pergunta sobre se a procura por imóveis de seus clientes representaria uma demanda por status: “sim, eles mudam a localização de [suas] moradia, de um bairro mais carente para um melhor”.

Outro aspecto relativo à escolha do bairro que não pode ser ignorado diz respeito à questão de segurança. Cidades que apresentam altos índices de criminalidade e homicídios impõem aos seus habitantes maiores cuidados com a localização de sua moradia, que contemplam inclusive considerações acerca dos riscos de morte. A vizinhança aqui tem também um significado especial, posto que os serviços de policiamento costumam priorizar as zonas mais abastadas, onde se localizam as propriedades de pessoas mais ricas e a oferta de serviços mais sofisticados.

Todavia, feitas essas considerações, deve ser ressaltado que ao tratar o consumo conspícuo das classes ociosas, o próprio Veblen (1987) examinou os aspectos que envolvem os valores de uso inerentes aos bens e que podem servir à reflexão do caso de um ativo imobiliário. Eles foram abordados em meio a análise de diferenciações de ordem estética, capazes de conferir símbolos de status aos bens considerados.

Assim, caberia considerar que os próprios elementos objetivos apontados acima podem reforçar os aspectos de natureza subjetiva, associados ao espaço urbano, apontados por Caldeira (2000). Como bem observou Costa (2016), ao tratar o fenômeno da verticalização de imóveis residenciais em Natal, essa forma de moradia responde à demanda por localização, mas também por infraestrutura, segurança e status social. A pesquisa que embasou este artigo mostrou que 82% da procura por imóveis, junto aos corretores no período considerado, foi por apartamentos. Os condomínios horizontais cercados de muros, alusão à Caldeira (2000), atraíram 15%, enquanto as tradicionais formas de moradia, as casas de rua, representaram apenas 3%.

Os mecanismos de mercado que contribuem para a segregação socioespacial dos habitantes da cidade, frequentemente servem de guia para efetivação dos investimentos públicos em infraestrutura. Com a concentração destes em áreas específicas, passando a operar também como um mecanismo retroalimentador de

diferenciação social no âmbito do espaço. Os primeiros planos urbanísticos da cidade constituem evidência desse processo.

Ademais, cumpre ressaltar que esses planos de urbanização da cidade de Natal, não podem ser vistos como fenômenos isolados, posto que várias cidades brasileiras e da América Latina elaboraram e promoveram políticas de reestruturação urbana com o propósito de modernizar suas cidades. De modo geral, eles tomaram como modelo o que fora feito em cidades como Paris, Londres e Nova Iorque, em fins do século XIX (SIQUEIRA, 2012).

Em se tratando especificamente da procura de imóveis em Natal podem ser observados aspectos que reproduzem, em alguma medida, o fenômeno do consumo conspicuo com segunda residência na Nova Zelândia. As revistas de arquitetura e decoração de interiores parecem ter um papel importante na conformação de padrões de gosto. Afinal, qual o significado do item decoração, mencionado na resposta espontânea, ser considerado atributo importante na demanda por imóvel? A resposta parece emergir do seu emprego como técnica de venda para tornar um imóvel atrativo aos potenciais demandantes, recentemente difundida nos novos lançamentos imobiliários na cidade. Certamente, sua eficácia está amparada no desejo de emulação que ela tende a despertar no adquirente, de sua moradia ser considerada tão bonita e sofisticada quanto às que aparecem em revistas, sítios e programas de decoração.

Nesta perspectiva, há também que se considerar o lado da oferta, mais precisamente dos negócios associados à produção imobiliária que procura introduzir inovações capazes de proporcionar elevadas taxas de retorno. Assim, os novos empreendimentos procuram ditar mudanças nos padrões de gosto e preferências para atrair um número cada vez maior de demandantes, oferecendo grandes áreas de lazer, maior número de vagas na garagem e suítes. Abrindo, com os suportes das técnicas de *marketing*, um amplo espaço para a emulação. A contrapartida desse fenômeno aparece na transformação das paisagens urbanas, que se tornam cada vez mais parecidas, como revela a reprodução do processo de verticalização nas mais variadas cidades.

Dessa forma, a abordagem de Veblen (1987) parece encontrar forte ressonância tanto no lado da oferta, quanto no lado da demanda, quaisquer que sejam os bens considerados, mesmo os destinados a servir de lar para os habitantes de uma cidade. Isso tende a ser mais importante na medida em que os

gastos com consumo passam a ter importância crescente na formação dos PIBs das economias. E se a urbanização cria o ambiente propício ao consumismo, como observa Harvey (2011), a emulação e o consumo conspícuo parecem ser os mecanismos que alimentam consideravelmente este processo, como sugere a obra de Veblen (1987).

REFERÊNCIAS

APPOLINÁRIO, F. **Metodologia da ciência**: filosofia e prática de pesquisa. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

ARRAES, R. A.; SOUSA FILHO, E. de. Externalidades e formação de preços no mercado imobiliário urbano brasileiro: um estudo de caso. **Economia Aplicada**, v. 12, n. 2, p. 289-319, 2008.

BACEN – BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Informações do mercado imobiliário**. Brasília, 2020. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/estatisticas/mercadoimobiliario>. Acesso em: 20 jun. 2020.

BARBOSA, Luciano César Bezerra. **Ícones urbanos na cidade de Natal**: arquitetura e desenvolvimento urbano na cidade de sol e mar. 2014. 248f. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) – Centro de Tecnologia, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2014.

BEZERRA, M. M. DE O.; CORREA, A. L.; MENDONÇA, A. R. R.; CLEMENTINO, M. DO L. M. Formação, sustentação ou implosão de uma bolha imobiliária? A dinâmica de preços no mercado de imóveis de Natal no período 2005-2010. **Economia e Sociedade**, v. 22, n. 1, p. 167-196, abr. 2013.

CALDEIRA, T. **Cidade de muros**: crime, segregação e cidadania em São Paulo. São Paulo: Editora 34/Edusp, 2000.

COELHO JÚNIOR, A. F.; SILVEIRA NETO, R. M. Variação dos preços de imóveis nas cidades brasileiras: valoração de mercado, características intrínsecas ou amenidades? uma análise para o caso da cidade do Recife. *In*: Anais do 43º Encontro Nacional de Economia – ANPEC. **Anais [...]**. Florianópolis (SC), 2015. Disponível em: https://www.anpec.org.br/encontro/2015/submissao/files_/i10-f3e255ecfdb922c4b809d5dc8f3c146.pdf. Acesso em: 20 jun. 2020.

COELHO JÚNIOR, A. F.; SILVEIRA NETO, R. M. Índice de preço hedônico de imóveis com variáveis estruturais: uma análise empírica para a cidade do Recife (2000 -2012). *In*: Anais do V Encontro Pernambucano de Economia – ENPECON. **Anais [...]**. Recife (PE), 2016. Disponível em: https://coreconpe.gov.br/eventos/venpecon/econ_pe/Indice%20de%20Preco%20Hedonico.pdf. Acesso em: 20 jun. 2020.

COSTA, A. A. A reestruturação produtiva e a (re)produção do espaço verticalizado em cidades do Rio Grande do Norte. **Revista Formação**, v. 1, n. 23, p.112-132, 2016.

CRUZ, M. **Thorstein Veblen**: O Teórico da Economia Moderna. Teoria econômica, psique e estética da ordem patriarcal. 2014. E-book. Disponível em:

http://www.ie.ufrj.br/intranet/ie/userintranet/hpp/arquivos/ebook_veblen_murillo_cruz_@@@.pdf. Acesso em: 12 out. 2018.

FERREIRA, Larice Simone de Oliveira. **Emulação de Consumo no Brasil**. 2017. 166f. Dissertação (Mestrado em Economia) – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2017.

FIGUEIREDO, M. A Formação de Preços na Visão da CVRD. In.: **Bonificações e Despesas Indiretas nas Obras Industriais**, 2007, Belo Horizonte. Disponível em: <http://www.sinduscon-mg.org.br/site/publicacoes.php?id=1236>. Acesso em: 15 out. 2018.

FURTADO, C. Reflexões sobre a crise brasileira. **Revista de Economia Política**, v. 20, n. 4, p. 3-7, 2000.

FURTADO, Edna Maria. **A onda do turismo na cidade do sol: a reconfiguração urbana de Natal**. 2005. 300f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2005.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

HARVEY, D. **O enigma do capital: e as crises do capitalismo**. São Paulo, SP: Boitempo, 2011.

HOBBSAWM, E. **Tempos fraturados**. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

LAVOIE, M. **Post-Keynesian economics: new foundations**. Cheltenham: Edward Elgar, 2014.

LEE, K. O.; MORI, M. Do Conspicuous Consumers Pay Higher Housing Premiums? Spatial and Temporal Variation in the United States. **REAL ESTATE ECONOMICS**, v. 44, n. 3, p. 726-763, 2016.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MANZINI, E. J. Entrevista semi-estruturada: análise de objetivos e de roteiros. In: Seminário Internacional Sobre Pesquisa e Estudos Qualitativos, 2004, Bauru. **Anais [...]**. Bauru/SP: USC, v. 1, p. 1-10, 2004.

MARX; K. (1890). **O capital: crítica da economia política**. Livro I, v. 2, Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 1988.

NEALE, W. Instituições. In.: SALLES, A. O. T.; PESSALI, H. F.; FERNÁNDEZ, R. G. (Orgs). **Economia Institucional: fundamentos teóricos e históricos**. São Paulo: Editora Unesp, 2017.

NOBRE, Paulo José Lisboa. **Entre o cartão-postal e a cidade real: Um estudo sobre paisagem e produção imobiliária em Natal/RN**, 2001. 157f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2001.

OMB – OFFICE OF MANAGEMENT AND BUDGET. 2010 Standards for Delineating Metropolitan and Micropolitan Statistical Areas. **Federal Register**, v. 75, n. 123, p. 1-8, 2010. Disponível em: <https://www.govinfo.gov/content/pkg/FR-2010-06-28/pdf/2010-15605.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2020.

PONTES, E.; PAIXAO, L. A.; ABRAMO, P. O mercado imobiliário como revelador das preferências pelos atributos espaciais: uma análise do impacto da criminalidade urbana no preço de apartamentos em Belo Horizonte. **Revista de Economia Contemporânea**, v.15, n. 1, p. 171-197, 2011.

SALLES, A. O. T. S.; CAMATTA, R. B. Para além do consumo conspícuo: a teoria do consumo de Thorstein Veblen em A Teoria da Classe Ociosa e em The Theory of Business Enterprise. In.: SALLES, A. O. T.; PESSALI, H. F.; FERNÁNDEZ, R. G. (org.). **Economia Institucional: fundamentos teóricos e históricos**. São Paulo: Editora Unesp, 2017.

SALLES, A. O. T. S.; PESALLI, H. F.; FERNÁNDEZ, R. G. (org.). **Economia Institucional: fundamentos teóricos e históricos**. São Paulo: Editora Unesp, 2017.

SCHUMPETER, J. A. (1942). **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1984.

SEABRA, D. M. S. S.; SILVEIRA NETO, R. M.; MENEZES, T. A. Amenidades urbanas e valor das residências: uma análise empírica para a cidade do Recife. **Economia Aplicada**, v. 20, n. 1, p. 143-169, 2016.

SETTERFIELD, M.; KIM, Y. Debt servicing, aggregate consumption, and growth. **Structural Change and Economic Dynamics**, v. 36, p. 22-33, 2016.

SILVA, Robson Ivan. **Análise das trajetórias dos setores turístico e imobiliário em Natal e Tibau do Sul (RN), no período 2001-2016**. 88f. Dissertação (Mestrado em Economia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2018.

SIMIQUELI, Roberto Resende. **Força e fraude: apontamentos sobre a Teoria da Classe Ociosa e os limites da mudança institucional**. 2016. 216f. Tese (Doutorado em Economia) – Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2016.

SIQUEIRA, G. F. A cidade de Natal (RN - Brasil) como corpo planejado: o Plano Geral de Sistematização e o urbanismo natalense no final da década de 1920. **Revista de História da UEG**, v. 1, n. 2, p. 91-119, 2012.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

VEBLEN, T. (1899). **A Teoria da Classe Ociosa: um estudo econômico das instituições**. Thorstein Veblen; tradução de Olívia Krahenbul. 3. ed. – São Paulo: Nova Cultura, 1987.

WALTERS, T.; CARR, N. Changing patterns of conspicuous consumption: Media representations of luxury in second homes. **Journal of Consumer Culture**, v. 19, n. 3, p. 295-315, 2017.

Apêndice

Apêndice 01 – Questionário

Esta pesquisa é de caráter estritamente acadêmico, visando a confecção de um artigo científico. As informações solicitadas são sigilosas, tendo o propósito de tão somente identificar quais são os principais fatores que um cliente leva em consideração quando pretende adquirir um imóvel na cidade de Natal/RN.

1. Gênero do entrevistado

() Feminino

() Masculino

2. Quando um (uma) cliente recorre a sua construtora/ imobiliária para realizar uma compra, quais são os itens que ele (ela) geralmente procura em um imóvel?

3. De modo geral, existem diferenças nos itens procurados pelos clientes caso eles pretendam comprar imóveis novos (mesmo na planta) ou imóveis usados?

4. Você acredita que seus clientes, mesmo sendo brasileiros, quando adquirem um imóvel costumam ser influenciados pela estética predominante em outros países?

Exemplos: organização do ambiente com conceito aberto (cozinha integrada à sala de jantar e visita); suíte principal com banheira e duas pias, existência de *closets*, etc.

5. Esta influência, caso ocorra, verifica-se apenas nas faixas de maior poder aquisitivo ou se estende também à classe média?

Cite um exemplo de demandas feitas pela classe média na aquisição de imóveis.

6. Em caso de você considerar que há influência de outros países:

a) essa influência ocorre mais no caso de imóveis novos ou também no de imóveis usados?

b) Que países você considera que exercem maior influência nos itens que seus clientes demandam?

7. Na aquisição de imóveis, os clientes que possuem classes de renda ou níveis de riqueza mais elevados se diferenciam dos que têm renda inferior por meio da exigência de atendimento dos seguintes itens (enumere por ordem crescente):

() bairro em que pretendem morar

() valor do imóvel

() metragem do imóvel

() número de suítes

() número de vagas na garagem

() valor do condomínio elevado

() tamanho da varanda (caso de apartamentos).

8. Você considera que quanto mais rico é o cliente maior é sua exigência com relação aos requisitos acima demandados?

9. As exigências dos compradores do atendimento de todos os itens descritos na questão 6 implica que eles proporcionam status e, portanto, imóveis que possuam tais características representam símbolos de conquista perante a sociedade?

10. Seus clientes de maior faixa de renda ou níveis de riqueza elevados estão mais interessados em ostentar do que em obter conforto com sua nova moradia?

11. Considere a estratificação social de seus clientes e as faixas de valores que eles estão dispostos a pagar pela aquisição de um imóvel:

a) Clientes mais ricos:

Rendimento: valor do imóvel:

b) Clientes de classe média

Rendimento: valor do imóvel:

c) Clientes mais pobres

Rendimento: Valor do imóvel:

12. Clientes de faixa de renda mais elevada costumam recorrer ao financiamento habitacional ou tendem a adquirir imóveis com recursos próprios?

13. Quando o imóvel é vendido, o comprador solicita alguma modificação no ambiente antes de se mudar?

14. Os seus clientes costumam optar por adquirir imóveis em casas ou apartamentos? Em se tratando da primeira opção, em condomínios horizontais ou casas em ruas e avenidas tradicionais?

NOTAS DE AUTOR

CONTRIBUIÇÃO DE AUTORIA

Lurdélia Evaristo dos Santos – Conceção; Coleta de dados; Análise de dados, Elaboração preliminar do manuscrito; Participação ativa da discussão dos resultados.

Márcia Maria de Oliveira Bezerra – Conceção; Análise de dados; Elaboração do manuscrito; Participação ativa da discussão dos resultados; Revisão e aprovação da versão final do trabalho.

FINANCIAMENTO

Não se aplica.

CONSENTIMENTO DE USO DE IMAGEM

Não se aplica.

APROVAÇÃO DE COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA

Não se aplica.

CONFLITO DE INTERESSES

Não há conflito de interesses.

LICENÇA DE USO

Este artigo está licenciado sob a [Licença Creative Commons CC-BY](#). Com essa licença você pode compartilhar, adaptar, criar para qualquer fim, desde que atribua a autoria da obra.

HISTÓRICO

Recebido em: 19-09-2019

Aprovado em: 06-12-2021