

## Isabella Batalha Muniz Barbosa

É doutora em arquitetura e urbanismo

/// A “sustentabilidade” baseia-se em premissas que vão além da eficiência técnica, mas da escala, da equidade, da autossuficiência e, sobretudo, da ética

### *Sustentável no discurso*

O marketing comercial tem por objetivo adaptar determinado produto a discursos movidos na dinâmica da sociedade, porém obedecendo às necessidades de acumulação das empresas. Comumente os projetos contemporâneos incorporam símbolos do imaginário social e, no caso da construção civil, o item “meio ambiente” passa a ter valor agregado no mercado imobiliário. O termo “sustentabilidade” tornou-se um discurso rapidamente assimilado à indústria da construção civil, discurso da sedução do qual depende a legitimação dos seus produtos.

Essa legitimação tem uma trajetória prévia para que a ação proposta seja mais docilmente aceita, desde a idealização do projeto à simbologia do marketing, até o aceite da autoridade pública. Nessa perspectiva, as empresas se aliam às tecnologias de informação, imagem, comunicação e rede de relações para efetivação de suas metas.

Na etapa de lançamento, o marketing associa a compra do imóvel à felicidade, pois esta é tratada no âmbito da materialidade e do bem-estar: piscina, salão de festas, quadra, jardins. Nas faixas de alta renda, o projeto incorpora soluções ainda mais sofisticadas, meios

alternativos para “sustentabilidade” do ambiente, dentre eles, a energia solar, reúso da água com captação das águas pluviais, implantação de resíduos da construção, enfim, práticas favoráveis à diminuição dos impactos ambientais.

O produto ganha significado social a partir do discurso. Importante ressaltar que conceito de “sustentabilidade” baseia-se em premissas que vão além da eficiência técnica, mas da escala, da equidade, da autossuficiência e, sobretudo, da ética. São cada vez mais frequentes problemas derivados da diferença entre o conteúdo informacional ofertado na comercialização do produto e a sua execução técnica.

Os condôminos incapazes de fazerem cumprir por meio de solicitações formais as suas garantias asseguradas no ato da compra do imóvel exaurem-se na reversão dos efeitos negativos. Ante o impasse, ações judiciais são cada vez mais recorrentes. O direito processual é ainda o instrumento que respalda o direito material vinculado a um coletivo que aspira à satisfação de um ideal.

Além dos desgastes, o ônus de contratação de peritos e advogados resvala sempre para o bolso do condômino/consumidor. Antes do recurso jurídico, o descompasso entre atores do mercado imobiliário poderia ser evitado se o discurso da sustentabilidade fosse contemplado em todas suas premissas, o que remeteria a processos de legitimação e à construção de uma autoridade que discriminasse as boas práticas das ruins.