

A MERCANTILIZAÇÃO NA ARQUITETURA

FERNANDES, Felipe.¹
TINTI, Jéssica Ap. Queiroz.²
OLDONI, Sirlei Maria.³

Resumo

Este trabalho apresenta a influência do mercado na construção de obras arquitetônicas. A arquitetura vista como produto do mercado - a mercantilização da arquitetura. Apresentou os edifícios arquitetônicos que passaram a ser produtos de consumo, onde, a frente da funcionalidade estão valores de marketing, como luxo e beleza. Além disso, apresenta-se também a má produção da habitação social construída com recursos públicos. Tal cenário contribuiu para desvalorização do profissional da área, que passa a não ser reconhecido pela sociedade devido sua produção.

PALAVRAS-CHAVE: Mercantilização, Arquitetura, Marketing, Consumo, Profissão

1. INTRODUÇÃO

Atualmente os edifícios passaram a serem produtos de consumo, a qual seus valores funcionais foram perdidos, substituídos por beleza e luxo. O desejo dos arquitetos de criarem obras impactantes com intuito de marketing de consumo, perdendo a originalidade da arquitetura (MAHFUZ, 2005).

Sendo assim este trabalho questiona de que maneira a mercantilização influência na arquitetura. Relacionando isso à influência do mercado de trabalho na arquitetura, mostra que a profissão decaiu nos últimos anos, caracterizando por ritmos difíceis de incluir em um processo cultural estável (MAHFUZ, 2005).

[...] a arquitetura que a constitui não é motivo para orgulho. Apesar da exposição que arquitetura e os arquitetos têm tido em todos os meios de comunicação, a produção média que nunca atingiu níveis de qualidade tão baixos. (MAHFUZ, 2005).

Se analisado o cenário da mercantilização juntamente com a profissão percebe-se a falta de valorização, decorrente de um mercado de trabalho com muitos profissionais despreparados e também a dificuldade da sociedade de identificar e respeitar as opiniões do arquiteto. De fato a distância entre o cliente e o arquiteto mostra a desvalorização profissional (MAHFUZ, 2005).

¹ Acadêmico do 7º período de Arquitetura e Urbanismo - FAG. E-mail: fefernades.93@gmail.com

² Acadêmica do 7º período de Arquitetura e Urbanismo - FAG. E-mail: jheetinti@gmail.com

³ Professora orientadora, docente do curso de Arquitetura e Urbanismo do Centro Universitário FAG. Mestre em Arquitetura e Urbanismo pela UEM/UUEL. E-mail: sirleioldoni@hotmail.com

2. REFERENCIAL TEÓRICO OU FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A mercantilização na arquitetura se tornou consequência de um valor de marketing de consumo de empreendimentos e aos investidores a adquirir de maneira a qual permite terem o controle de todos os aspectos de transformações, inclusive urbanística (MAHFUZ, 2005).

A globalização consiste na personalidade em ser individualista, na qual se denota de um novo perfil profissional do arquiteto a compactar como negócios do que responsabilidade profissional arquitetônica (MAHFUZ, 2005).

Nos dias de hoje a arquitetura deixa de ter suas preocupações específicas do projeto, e passa a ser uma arquitetura acomodada que faz projetos de marketing, sendo apenas um produto imobiliário o qual a obra só assume a personalidade depois de preenchidos pelos donos (RUFINONI, 2014).

Ao ver a realidade do desenvolvimento de cidades médias, percebe-se que o mercado imobiliário vem aquecendo e acompanhando o crescimento. Porém o domínio do mercado imobiliário tem controlado a arquitetura criando metodologias a qualquer custo, apenas focado, sobretudo em arrecadar lucro e não em uma perspectiva humana de melhorar a cidade. É como ver cidades de tamanho médio com grandes construções pobres em arquitetura, e ao mesmo tempo cidades maiores como Guarulhos – SP e Joinville – SC com esgotos a céu aberto ou bairro, política para automóveis em vez de transportes públicos (FERREIRA, 2011).

Compara-se a arquitetura hoje com arquitetura que acontecia em meados do século XX, onde a arquitetura moderna mostrava seu auge, a o arquiteto era visto com outros olhos pela sociedade, a visão de profissional respeitado e ouvido, o qual tomava decisões por outros, inclusive sobre o assunto que dominava (MAHFUZ, 2005).

Percebe-se a atração da arquitetura visual, com meios de manipulações, elementos arquitetônicos com apelo visual, são elementos cuja não tem função, não abrigam, e nem se quer inserem-se no local. Mostrando a maioria da produção brasileira (MAHFUZ, 2005).

A arquitetura pode-se ser comparada com a pornografia, explorando baixos instintos das pessoas e dando apenas o prazer momentâneo, a qual o arquiteto é apenas um gestor de imagem de moda (MAHFUZ, 2005).

Nesse sentido, Batista (2017) diz que a arquitetura voltada para a lucro assume elementos decorativos clássicos de modo a agradar a massa, tais como arcos, colunas. Tais edifícios se misturam e formam a paisagem contemporânea das cidades atuais.

2.1 EXEMPLOS DA ARQUITETURA DA MERCANTILIZAÇÃO

Um estudo realizado pela FAUUSP em conjunto com a Fundação Gerdau mostra, empreendimentos verticalizados de habitação social, com baixa qualidade construtiva a apenas com pinturas coloridas para dar uma aparência de “glamour” e equipamentos que seduzem o cliente como: espaço fitness e área gourmet. Vendem-se apartamentos de baixa qualidade e dando aos compradores a sensação de estar vivendo “como ricos” (FERREIRA, 2011).

Conjunto do segmento econômico em São Paulo



Foto Fernando Boari – FONTE: vitruvius.com.br

Já em projetos horizontais, geralmente reproduzidos em locais de menor urbanização ou periferias, percebe-se a grande repetição de casinhas de duas águas, o por grande parte anos foram à produção má habitação pública, e agora é realizada pelo setor privado que, porém usam do sistema de financiamento público, como se nota na imagem abaixo (FERREIRA, 2011).

Conjunto habitação de interesse social pelo MCMV, Rio Branco



Acervo LabQuapá FAU USP – FONTE: vitruvius.com.br

Não há variedade de formas, nenhuma construção de conforto e sem equipamentos urbanos, é apenas uma superfície árida que, mais se parece um pombal. É difícil acreditar que pessoas queiram morar em local assim, mas com quadro habitacional tão dramático e o acesso a uma casa é tão difícil que para alguns é sonho de morar (FERREIRA, 2011).

3. ENCAMINHAMENTOS METODOLÓGICOS

O trabalho possui método de revisão bibliográfica e abordagem indutivo, o qual segundo Marconi e Lakatos (2000), fundamenta-se em premissas, produzindo uma verdade universal, sendo que esta não necessariamente esteja descrita nos aspectos examinados, ou seja, o mesmo permite resultados mais amplos ao longo da pesquisa, levando a conclusões prováveis.

4. ANÁLISES E DISCUSSÕES

Conforme os estudos analisados com base na mercantilização da arquitetura, está depreendendo o marketing de consumo através de desejos ambiciosos, a qual entende-se o espectro da sociedade como um desconforto para os profissionais diante sua postura.

Certamente a arquitetura tem influência no mercado de trabalho de maneira decadente, em relação ao seu exercício, visto pela sociedade. Sendo assim é notável a desvalorização do profissional, sem sequer respeitar sua opinião ao qual excede. O desenvolvimento das cidades no mercado imobiliário tem se destacado, apresentando a arquitetura visual de maneira manipuladora ao lucro no mundo dos negócios agregando o marketing, enquanto isso, deixando de lado outra



parte da urbanização nas periferia. Deste modo a arquitetura torna-se controlada por elementos e circunstâncias, a qual não se procede em sua função com a realidade das paisagens urbanas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o tema abordado explicou que o mercado de trabalho possui uma grande influência na arquitetura, sendo usado como método de mercantilização de consumo, para empreendimentos luxuosos. Enquanto nas outras localidades, como nas periferias seu sistema de produção de habitação pública é baixo, devido financiamento público.

A produção de qualidade arquitetônica depende de custos, a cultura da sociedade e principalmente a postura profissional ao propor e convencer o melhor da arquitetura. Portanto a responsabilidade e o conhecimento é fundamental, para transformar está valorização profissional. Cabe aos arquitetos questionar suas práticas e aproximar ao mercado de trabalho, reforçando a importância da profissão, em sua produção (BATISTA, 2017).

REFERÊNCIAS

BATISTA, Fabio Domingos. **Opiniões e construções neoclássicas não refletem paris, são jogadas de marketing.** Gazeta do Povo, 2017.

MAFUZ, Edson da Cunha. **Práticas de resistência nas fissuras da sociedade mercantilista.** Revista AU Edição 137, Agosto 2005.

FERREIRA, João Sette Whitaker. **Perspectivas e desafios para o jovem arquiteto no Brasil.** 2011. Arqtextos – Vitruvius. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arqtextos/12.133/3950>> Acesso em: 06 de Outubro de 2017.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica.** 3.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

RUFINONI, Manoela **Arquitetura e Mercado Imobiliário.** São Pau: Manole Baueri, 2014.