

## Submissão e Autonomia: Proposições Acerca da Posição de Consumidores no Sistema de Mercado de Imóveis de Porto Alegre

Márcio Leandro Müller<sup>1</sup>

João Felipe Rammelt Sauerbronn<sup>2</sup>

Marcelo Jacques Fonseca<sup>3</sup>

Para a disciplina de macromarketing, o resultado desejado de um sistema de mercado é a melhoria da qualidade de vida de seus participantes através de ações cooperativas, especialização e possibilidade de trocas voluntárias. Entretanto, os fluxos dos sistemas de mercado são moldados por seus agentes, que competem hierarquicamente, e, portanto, necessitam de regras de conduta e instituições balizadoras. O objetivo desse artigo é entender como a previdência de alguns agentes afeta a sua posição de submissão ou autonomia dentro do sistema de mercado e como isso é potencializado através das gerações. Para tanto, foi realizada pesquisa no mercado imobiliário de Porto Alegre, junto a moradores de diferentes bairros e contextos sociais. A coleta de dados combinou observação participante, entrevistas em profundidade e análise de material de divulgação de empresas do setor. Por fim, constatou-se que a diferença na preocupação de agentes com previdência, a disponibilidade de recursos dos agentes e a capacidade de ação estratégica destes geram posições relativas de submissão ou autonomia no sistema de mercado, além de potencializar o aumento da desigualdade social e a formação de sistemas de mercado paralelos.

**Palavras-chave:** Macromarketing; Sistemas de mercado; Autonomia do consumidor; Previdência.

## Submission and Autonomy: Propositions about the Position of Consumers in the Porto Alegre Real State Marketing System

A marketing system main goal is to improve the quality of life of its participants through cooperative actions, specialization, and the possibility of voluntary exchanges. However, the flows of marketing systems are shaped by their agents, who compete hierarchically, and, therefore, need rules of conduct and guiding institutions. This paper aims to understand how the foresight of some agents affects their positions of submission or autonomy within the marketing system and how this is enhanced across generations. Therefore, research was carried out in the Porto Alegre real estate market, with residents from different neighborhoods and social contexts. Data collection combined participant observation, in-depth interviews, and analysis of publicity material from companies in the sector. Finally, it was found that the difference in the concern of agents with foresight, the availability of resources of the agents and their capacity for strategic action generate relative positions of submission or autonomy in the marketing system, in addition to enhancing the increase in social inequality and the formation of parallel marketing systems.

**Keywords:** Macromarketing; Marketing systems; Consumer autonomy; Foresight.

<sup>1</sup> Doutorando em Administração na Unigranrio. E-mail: marciolmuller@gmail.com. <https://orcid.org/0000-0003-4430-5693>.

<sup>2</sup> Doutor em Administração pela FGV EBAPE-RJ. Professor FGV ECMI. E-mail: felipe.sauerbronn@fgv.br. <https://orcid.org/0000-0001-6453-9425>.

<sup>3</sup> Doutor em Administração pela UFRGS. Professor Titular Unisinos. email: mfonseca@unisinos.br. <https://orcid.org/0000-0001-8858-0174>.

Código DOI da Publicação

Artigo recebido em 05/12/2022 e aprovado em 28/03/2023. Artigo convidado à submissão e avaliado em *double blind review*, *fast-tracking*.

Editor responsável pela seção especial: Ronan Torres Quintão



## Introdução

O interesse do campo de macromarketing em compreender melhor as interseções entre marketing e sociedade deu suporte ao desenvolvimento da abordagem baseada nos sistemas de mercado (KENNEDY, 2017; SAUERBRONN et al., 2022). Essa proposta entende o sistema de mercado como um complexo mecanismo social de coordenação das decisões de produção, distribuição e consumo em uma estrutura hierárquica de agentes (FISK, 1967). Estudos que tratam do mapeamento de sistemas de mercado, de suas partes e seus processos, além das consequências dos sistemas de mercado na sociedade, são abundantes (*vide*: LAYTON; GROSSBART, 2006), mas há poucos estudos a respeito do papel do consumidor no sistema. A rigor, a teoria de sistemas de mercado aponta a importância do consumidor para o sistema, mas suas formas de ação ainda são muito pouco exploradas. Uma análise das publicações do campo de macromarketing poderia indicar uma posição sistêmica passiva do consumidor, mesmo considerando sua “autonomia” para escolher o que comprar dentre as opções que lhe são oferecidas através dos sortimentos produzidos.

Segundo Layton (2019), as percepções individuais afetam todo o sistema. As pessoas vivem em um mundo de configurações sociais e comportamentos adequados baseados no compartilhamento de entendimentos. Os indivíduos diferem nas crenças, preferências, capacidades, comportamento e acesso aos bens desejados. Os valores são, portanto, uma mistura de interesse próprio, sentimento de grupo e moralidade, baseados nas percepções que cada agente tem da situação imediata, e sobre a percepção daquilo que pode acontecer no futuro. Não há informações perfeitas nem escolhas totalmente calculadas.

Este trabalho tem como objetivo oferecer um entendimento a respeito de como a previdência de alguns agentes afeta sua posição de submissão ou autonomia dentro do sistema de mercado imobiliário. Para tanto, parte-se da discussão a respeito da previdência para em seguida ser tratado o sistema de mercado de imóveis da cidade de Porto Alegre. Também são exploradas as condições de submissão e autonomia do consumidor – que pode assumir diferentes papéis – nesse sistema de mercado. Ao se analisar o sistema de mercado e suas delimitações é possível observar diferentes estruturas em contextos determinados, o que possibilita analisar condições iniciais, relações de causalidade e de dependência de caminhos, e a forma como as escolhas dos agentes interferem na construção dos sistemas (GOLDSTONE, 1998; SAUERBRONN et al., 2022). Exemplos disso aparecem nos estudos de Layton e Duffy (2018) sobre o sistema de mercado de turismo regional na parte ocidental da Austrália; sobre o comércio informal de cigarros em Angola, o mercado popular de Marrocos e o comércio de produtos fármacos na China (LAYTON, 2009a); e sobre o varejo alimentício na Espanha (MAIXÉ-ALTÉS; BALAGUER, 2015). Embora estes estudos se refiram a mercados de bens de alta rotatividade, a mesma abordagem sistêmica pode ser utilizada para se observar sistemas de mercado de bens de alta durabilidade, como o de imóveis.

Layton e Duffy (2018) apontam que todos os sistemas de mercado têm formações dependentes dos caminhos que trilharam (*path dependency*) e, portanto, se formam a partir de pequenos eventos que iniciam uma sequência de ações e consequências que emergem depois de um tempo em um sistema de mercado, na forma de um novo sistema ou na mudança de um sistema existente. O presente estudo não remete ao início do sistema de mercado de imóveis, mas aponta que suas condições atuais têm que ser entendidas para que

os problemas de habitação no país sejam minimizados. As proposições a respeito da posição dos consumidores no sistema de mercado apresentado são decorrentes de dados recolhidos com base em observação participante, entrevistas junto a consumidores de imóveis, e material de divulgação de empresas.

### Consumo Futuro e Previdência

A previdência exerce um papel muito importante na formação dos sistemas de mercado. Hoppe (2018) afirma que quase todos os bens e formas de satisfação dependem da ajuda de ferramentas de produção ou capital. Isto significa que a maioria dos bens de consumo são resultado de previdência em um momento anterior. A previdência pressupõe planejamento para o futuro, e sacrifício de consumo e tempo presentes para a obtenção de um bem de valor superior ao término do processo. Muitas das escolhas feitas pelas pessoas têm consequências de médio e longo prazo, sendo que os indivíduos pesam conforme seus valores o equilíbrio entre manutenção e consumo presentes e os esforços dispendidos para o futuro (LAYTON; DUFFY, 2018).

Bourdieu (1979/2007, p.171) lembra que “a propensão a subordinar os desejos presentes aos desejos futuros depende do grau em que este *sacrifício* é ‘razoável’”, trazendo à tona a probabilidade de que eventos futuros aconteçam. Como Kahneman (2012) já verificou, a percepção que as pessoas têm sobre probabilidades é bastante diferente da realidade, e, conforme se observou em Mullainathan e Shafir (2016), se há escassez no presente, o futuro simplesmente não existe no pensamento dos agentes. Por isso Bourdieu (1979/2007, p.173) complementa dizendo que “o hedonismo que, no dia a dia, leva a tomar as raras satisfações – ‘os bons momentos’ – do presente imediato é a única filosofia concebível para aqueles que, segundo se diz, não tendo futuro, só podem acalentar, de qualquer modo, escassas expectativas a seu respeito”.

Para que se possa pensar no futuro, percebe-se, é preciso que as necessidades presentes estejam sanadas e que haja possibilidade de excedentes. Alguém que passa fome no presente não se preocupa com o aluguel que irá pagar em quinze anos no futuro. Da mesma forma, pequenos prazeres podem inviabilizar projetos maiores que necessitem de esforço constante por muito tempo. Em se tornando possível a previdência, esta pode se dar de várias formas. O armazenamento de bens de consumo para serem consumidos posteriormente se denomina “poupança”. O processo de transformação de bens de ordem superior em bens de consumo é considerado “investimento”. Além dos bens estocados ou transformados, também é considerada previdência o dispêndio de tempo, trabalho ou energia aplicados. Menger (1871/1983) cita também a educação de crianças e jovens como investimento, no que se refere à qualificação das gerações futuras. Ou seja, a previdência não se aplica apenas às necessidades do próprio indivíduo, mas também na preocupação que as pessoas têm com o atendimento de futuras necessidades dos filhos, netos etc.

Embora seja de suma importância a preocupação e planejamento com previdência, não se pode saber de antemão as necessidades que irão surgir no futuro (MENGER, 1871/1983). Alguns atos geram dependência de caminhos (DJELIC; QUACK, 2007; GOLDSTONE, 1998; LAYTON; DUFFY, 2018), o que pode auxiliar na previsibilidade; outros dependem de condições iniciais, que não podem ser previstas. O entendimento sobre a forma como as pessoas tomam as suas decisões é outra ferramenta que possibilita visualizar

necessidades futuras. De qualquer forma, as tentativas de antecipação sempre pecarão por serem mais simplificados que a realidade (GOLDSTONE, 1998).

Durante muito tempo a teoria econômica tratou o tempo como algo reversível, simétrico e previsível. Fosse assim, todas as necessidades futuras poderiam ser previstas com exatidão, sendo possível a antecipação através de fórmulas e cálculos econométricos, com o máximo de eficiência (CARVALHO, 2018). Entretanto, a evolução das instituições, organizações e mercados não necessariamente seguem a lógica da eficiência. Há múltiplas conjunturas, algumas acidentais e outras casuais, além da constante oposição de diferentes histórias e interesses pessoais (LAYTON, 2014). Muitos fatos não podem ter sua origem definida, sendo identificados apenas após as consequências (DJELIC; QUACK, 2007).

Sendo o tempo, portanto, fonte de mudanças, novidades, expectativas, incertezas e imprevisibilidade (CARVALHO, 2018), toda forma de previdência é caracterizada por uma dose de risco. A poupança pode sofrer algum dano e deixar de existir, ou, então, ser insuficiente para a demanda total. Também pode tornar-se inútil caso seja em excesso ou a necessidade prevista não se concretize. O investimento é entendido como algo mais arriscado, pois envolve a transformação de bens existentes no presente em algo novo no futuro. Os investidores e empreendedores têm a expectativa de que o valor gerado pelo investimento seja superior ao seu custo e supere os riscos envolvidos, por isso tentam compreender da melhor forma possível os acontecimentos passados para planejar o futuro (VAIDYANATHAN et al., 2019). Isso dá vantagem aos investidores profissionais em relação aos compradores esporádicos, pois, em função de sua posição privilegiada e tempo de experiência, obtêm mais conhecimento tácito, que é intransferível (SHIMBO et al., 2021).

### **Formação e Mudanças de Sistemas de Mercado**

A especialização do trabalho proporcionou maior eficiência na produção de bens ao mesmo tempo em que tornou todos os indivíduos em consumidores que vão ao mercado em busca de produtos e serviços que necessitam. Ao partilharem as mesmas normas e rituais de trocas e gerar a integração de atividades de produção, distribuição e consumo, os indivíduos acabaram por criar os primeiros sistemas de mercado. Para tanto, é necessário que haja interconexão entre todos os agentes e que possa ser delimitada uma fronteira que indique quem está dentro ou fora do sistema. Essa delimitação nos sistemas de mercado é regida pelos valores culturais e sistemas normativos que orientam as trocas (LAYTON, 2014).

As trocas – com uso ou não de dinheiro – ocorrem quando há excedentes de bens (LAYTON, 2007), seja através de estoques de produtos (areia, tijolos, cimento - poupança), seja através do período necessário para a produção (edifício a ser construído em dois anos - investimento). E, para que a transformação de bens primários em outros de maior valor agregado seja possível, é necessário que haja insumos excedentes (poupança), tempo e conhecimento técnico (especialização) (HOPPE, 2018; MENGER, 1871/1983; ROUSSEAU, 1755/2017). Segundo Layton (2009a, p. 349):

Onde houver especialização, também deve haver comércio e, com o tempo, onde houver comércio, surgirão também os papéis especializados e as estruturas de mercado necessárias para lidar com o comércio com eficiência. Essas funções especializadas e estruturas de mercado, que serão chamadas de sistemas de mercado.

Segundo Layton (2009b; 2019), na rede de interesses que permeia os sistemas de mercado, através do vasto fluxo de bens e informações, as microdecisões criam macroefeitos. Em um sistema de mercado, as pessoas compartilham símbolos e significados, que geram normas de conduta, valores e práticas comuns (LAYTON, 2014). Essa forma sistemática de pensamento e ação direciona a algumas formas de conduta, sendo que as escolhas individuais acabam somando entre si, gerando grandes consequências no decorrer do tempo.

Uma vez estabelecido o sistema de mercado, é possível o aumento na qualidade de vida dos integrantes através da entrega de bens, serviços, ideias e experiências (LAYTON; GROSSBART, 2006; LAYTON, 2014). Entretanto, para que isso ocorra com maior eficiência, deve haver o equilíbrio entre previdência e consumo, afinal, conforme Menger (1871/1983, p. 330), “o objetivo de toda a economia não é o aumento físico dos bens, mas o atendimento mais completo possível das necessidades humanas”. Segundo Savit (1980), o estudioso de marketing deve se concentrar no desenvolvimento do sistema de mercado, e em todos os fatores que o afetam, afinal, os sistemas de mercado fornecem uma importante ligação entre a especialização e as possibilidades de crescimento econômico e qualidade de vida (LAYTON, 2009b).

Os sistemas de mercado não funcionam de forma isolada, entretanto. Eles são interligados com outros sistemas, e cada agente de um sistema específico está envolvido em vários outros sistemas (LAYTON, 2019). O setor de construção civil, por exemplo, está conectado ao sistema bancário, ao sistema de comercialização de materiais de construção, ao sistema burocrático, dentre outros. Já os agentes, como, por exemplo, um corretor de imóveis, pode estar ligado, como consumidor, ao sistema de varejo, ao sistema bancário, ao sistema automobilístico, dentre vários outros. Além disso, os agentes podem assumir diversos papéis dentro do sistema, como o de comprador, investidor, consumidor ou vendedor. Dependendo do papel que assumir, terá maior ou menor capacidade de agência, resultando em maior autonomia para a tomada de decisões, ou em uma posição de submissão frente às decisões de outros agentes.

Todas essas conexões interferem no fluxo dos sistemas e no posicionamento dos agentes, direcionando esforços conforme a dinâmica do macrossistema de mercado. O aumento nas taxas de juros no setor financeiro pode diminuir a demanda por imóveis novos. Mudanças culturais, como a diminuição no número de integrantes por família, podem aumentar a demanda por imóveis menores. Escassez de mão de obra pode inflacionar os preços, e excesso de oferta pode reduzir preços. Cada mudança em um setor específico gera consequências no sistema como um todo. Além disso, há diversos sistemas que coexistem e interagem entre si (LAYTON, 2014). A mudança na política econômica de um país pode restringir ou aumentar a oferta de crédito imobiliário, ou o crescimento econômico de um outro setor pode criar gentrificação em determinada área residencial (OLIVEIRA, 2021). Fatores institucionais, como o excesso de burocracia, ou fatores sociais, como a desigualdade de renda, podem gerar a criação de sistemas paralelos que coexistem, algumas vezes de forma simbiótica, outras, competitivas (LAYTON, 2014; RODRÍGUEZ et al., 2015).

Na tentativa de explicar como e por que as trocas econômicas levam à formação, crescimento e mudança adaptativa do sistema de mercado, Layton (2014) apresenta a Teoria MAS (mecanismo, campos de ação e estrutura). Considerando que os campos de ação se referem ao mercado imobiliário de Porto Alegre, e as estruturas se referem aos meios de governança, o foco deste trabalho é em relação aos mecanismos sociais dos agentes. Segundo

essa proposta, os agentes são dotados de capacidade para agir, reagir ou antecipar mudanças em seus ambientes locais, e as interações ao longo do tempo resultam direta ou indiretamente em mudanças nos sistemas de mercado. Para isso utilizam três mecanismos: os processos de comunicação, que levam a entendimentos mútuos, confiança ou cooperação entre agentes; os benefícios que resultam da troca de valor, da especialização, da escala, das escolhas estratégicas e das mitigações de riscos; e a auto-organização de redes e ecologias de sistemas complexos.

Para melhor compreensão dos mecanismos sociais, muitos autores recorrem à sociologia econômica (KAHNEMAN, 2012; REDMOND, 2018; LAYTON; DOMEGAN, 2021) para explicar as disputas internas. Assim, em sua interação, os agentes fazem uso de estratégias como a ancoragem, que é o uso de parâmetros para mudar percepções de valor (KAHNEMAN, 2012); assimetria de informações, para deixar os outros em desvantagem em negociações; ou barreiras de entrada, para impedir que outros estejam aptos a competir em igualdade de condições. Além de alterar as dinâmicas do mercado, esses mecanismos utilizados pelos agentes muitas vezes geram consequências não desejadas, como externalidades ou falhas de mercado (REDMOND, 2018).

Layton (2014) aponta que a teoria dos campos de ação mostra como as ações tomadas por participantes competidores em um sistema de mercado resultam em mudanças internas e externas nesse sistema. O autor relata que à medida em que os sistemas de mercado se formam há uma disputa por algumas formas de controle ou influência entre os agentes. Quando as condições do campo mudam, há mudança no poder dos agentes e eles reagem. Há uma luta contínua por domínio que ressalta comportamentos de coexistência, cooperação, competição, coerção e conflito. Surge, então, a necessidade de governança expressa por autorregulações, provisões de qualidade, disputas de limites e controles legais.

Finalmente, a teoria de sistemas de mercado identifica elementos tangíveis e intangíveis de estrutura e função, que emergem do processo interativo entre mecanismos sociais e campos de ação. Na medida em que o sistema de mercado se forma, cresce e muda, passa a fazer parte do ambiente e passa a influenciar as decisões dos indivíduos, grupos e entidades, além de influenciar outros sistemas de mercado adjacentes. Esse processo molda a coevolução de comportamentos, crenças e práticas sociais que iniciam mudanças inovadoras em sistemas de mercado (LAYTON, 2014).

Para Layton e Dufy (2018), as escolhas feitas pelos participantes do sistema de mercado e a dinâmica dos mecanismos sociais geram consequências e feedbacks necessários para a sobrevivência e o crescimento do sistema. As consequências imediatas incluem os sortimentos de bens, serviços, experiências e ideias, gerando fluxos de propriedade (LAYTON, 2007). No longo prazo, os fluxos de trocas também geram consequências, muitas vezes limitando as escolhas de indivíduos e entidades, à medida que o sistema de mercado enfrenta desafios externos e internos. Esta dinâmica abriga tensões entre crescimento e estabilidade do sistema (LAYTON; DUFFY, 2018).

Com base nos mecanismos sociais da Teoria MAS (LAYTON, 2014) e na perspectiva da dependência de caminhos (LAYTON; DUFFY, 2018), busca-se entender o posicionamento dos agentes do mercado imobiliário residencial de Porto Alegre em relação à submissão e autonomia, e como isso é transmitido ao longo do tempo, gerando novas condições iniciais. A seguir, os procedimentos metodológicos da pesquisa são detalhados.

## Método e Contexto da Pesquisa

O presente trabalho tem caráter exploratório descritivo-analítico, e os dados coletados através de entrevistas em profundidade com roteiro semiestruturado foram analisados de forma interpretativa, segundo o método hermenêutico-dialético (CHAGAS; NETTO, 2019). Dentro do método interpretativo, a hermenêutica-dialética, segundo Chagas e Netto (2019, p.11), propõe-se “ao estudo da linguagem, veículo e limite de qualquer processo de manifestação, construção ou apreensão do conhecimento, sem, no entanto, olvidar suas condicionantes e determinantes no contexto espacial e histórico”. O método hermenêutico-dialético é, portanto, além de uma forma de investigação científica, uma postura filosófica e epistemológica de, racionalmente, perceber e compreender o que se mostra como fatos (CHAGAS; NETTO, 2019).

Para a utilização do método hermenêutico-dialético neste trabalho de pesquisa, foram seguidas as três predisposições na análise dos fatos mencionadas por Chagas e Netto (2019): análise de aspectos espaço-temporais – principalmente ao se tratar de assuntos referentes a percepções envolvendo previdência; respeito à racionalidade das fontes – baseado na racionalidade limitada; e busca pela intencionalidade – ao se ocupar de ações volitivas. Os dados colhidos proporcionaram diferentes análises, todas dentro do método interpretativo hermenêutico-dialético, ou seja, com triangulação na forma teoria-descrição-análise (CHAGAS; NETTO, 2019).

A construção do *corpus* de dados foi realizada em Porto Alegre-RS. Fundada oficialmente no dia 26 de março de 1772, a cidade começou a ser povoada em 1752, por meio da vinda de sessenta casais portugueses açorianos. Hoje com quase um milhão e meio de habitantes (o último censo demográfico, de 2010, indica 1.409.351 pessoas), a população de Porto Alegre é multicultural e multiétnica. Atualmente a cidade conta com 81 bairros oficiais, sendo que os quatro mais populosos – Rubem Berta, Sarandi, Restinga e Lomba do Pinheiro – somam juntos mais de 250.000 habitantes. O total de domicílios particulares em Porto Alegre é de 574.001 (PREFEITURA DE PORTO ALEGRE, 2020).

O *corpus* de dados a respeito dos entendimentos sobre consumo e previdência no mercado imobiliário residencial de Porto Alegre foi construído com base em observação participante (um dos autores trabalha no setor), material de divulgação produzido por corretores, imobiliárias e incorporadoras, e entrevistas com dez moradores de bairros e contextos diferentes. O objetivo foi trazer à tona preocupações e percepções de agentes diversos, sem qualquer tentativa de universalização ou esgotamento de dados. No mercado imobiliário há diferentes configurações de consumidores, que podem ser inquilinos, proprietários moradores do imóvel, moradores irregulares ou proprietários de imóveis que alugam imóveis e, para efeitos metodológicos, todos foram classificados como moradores, cujo perfil pode ser visto no quadro 1.

Oito das dez entrevistas foram realizadas através de videochamada, utilizando-se preferencialmente as plataformas *Zoom* e *Microsoft Teams*, e dois entrevistados com idade mais avançada foram entrevistados via celular. Todas as entrevistas tiveram o áudio gravado, e posteriormente, foram transcritas de forma manual. Após a gravação, e com base no referencial teórico apresentado, foram feitos mapas de conexões entre percepções e conceitos teóricos, e foram identificadas lacunas.

Posteriormente, para o preenchimento das lacunas percebidas, buscou-se material de divulgação de empresas que atuam na construção, comercialização e intermediação de

negócios imobiliários. Foi realizada uma simulação de compra e venda em uma imobiliária especializada na comercialização de imóveis na planta, e foram analisados dois contratos-padrão de diferentes empresas. Por fim, foram consultados sites institucionais para a obtenção de dados complementares. Finda a coleta de dados, fez-se a análise dos mesmos e a geração de proposições a respeito da posição dos consumidores no sistema de mercado de imóveis. Trechos de entrevistas e reproduções de documentos coletados são usados como suporte à análise de dados, sendo os entrevistados identificados apenas pelos números apresentados no Quadro 1. Dois imóveis são atribuídos à entrevistada #5, uma vez que esta é proprietária de um imóvel, mas reside em outro, que é alugado por ela.

Quadro 1 – Perfil dos entrevistados

ENTREVISTADO	SEXO	BAIRRO	PREÇO M <sup>2</sup>	SITUAÇÃO
#2	M	Boa Vista	R\$ 6.860,55	Proprietário morador
#1	M	Petrópolis	R\$ 5.267,97	Proprietário morador
#6	F	Petrópolis	R\$ 5.267,97	Inquilina
#4	F	Higienópolis	R\$ 5.174,31	Proprietária moradora
#7	M	São João	R\$ 4.462,65	Proprietário morador
#5	F	Jardim Itu-Sabará	R\$ 4.197,69	Inquilina
		Sarandi	R\$ 4.095,62	Proprietária que aluga
#10	M	Partenon	R\$ 4.028,48	Proprietário morador
#3	F	Nonoai	R\$ 3.498,59	Inquilina
#8	F	Lomba do Pinheiro	R\$ 3.015,14	Moradora irregular
#9	M	Rubem Berta	R\$ 2.887,14	Proprietário morador

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados do Secovi RS

## Análise e Proposições

O primeiro mecanismo social apresentado na Teoria MAS de Layton (2014), que trata da estrutura e do comportamento dos participantes, foi observado nas entrevistas e mostra que atitudes mais ou menos cooperativas geram consequências que afetam a credibilidade do sistema e a qualidade de vida dos moradores. A assimetria de informações e métodos de persuasão induzem alguns agentes a escolhas erradas, que acabam por comprometer o futuro.

A entrevistada #5 enfrentou problemas ao escolher seu imóvel. Ela é proprietária de um apartamento, pelo qual paga financiamento, mas não mora nele. Questionada sobre o motivo de tê-lo comprado, ela respondeu:

Eu já morava há bastante tempo em apartamento alugado, e aí eu pensei, vou comprar um imóvel né, que é uma coisa lucrativa né, que é meu, o restante da vida. Então eu pensei, vou investir num imóvel. E fiz esse investimento.

Entretanto, falhas na visualização das condições presentes e no planejamento acabaram por inviabilizar a utilização do imóvel como sua residência. A primeira falha foi o desconhecimento das características do bairro escolhido, que não era condizente com sua expectativa:

Eu acabei escolhendo o bairro errado, né. Não vi outras opções, coisa e tal. Era um bairro super bem localizado, em Porto Alegre. Eu queria morar em Porto Alegre, né, porque anteriormente eu era de Viamão, e aí eu queria me mudar mais pra cidade, assim. Mais acesso ao ônibus, né. E tudo mais assim, mais próximo dos meus amigos, do meu trabalho. E aí eu não pensei muito bem, era um bairro que eu nem conhecia. Então, não sei se valeu muito a pena. Eu não sei se eu vou conseguir morar novamente no imóvel algum dia. Talvez sim talvez não né. Talvez se algum dia houver necessidade, eu retorne para o imóvel, mas não sei (entrevistada #5).

Segundo a entrevistada, no curto período em que ela morou em seu apartamento, ela foi assaltada três vezes. Além da localização equivocada, o desconhecimento de sua real condição financeira ocasionou outras dificuldades:

Só que o valor do financiamento, ele é alto (falha) financiamento. Outra coisa que foi impensada na hora da compra, né, muito jovem, né, eu não pensei muito. E como eu tinha renda muito alta em carteira na época, então não pensei muito e acabei investindo num investimento meio inviável, assim. Mas eu tô levando. Tô levando enquanto der. Conseguindo. Então eu tenho dívida com a construtora, condomínio, né, porque o condomínio é muito alto, então, quando eu saí do apartamento eu fiquei com umas dívidas do condomínio, eu tive que parcelar, né. E aí tenho mais financiamentos. Tenho três dívidas mensais com o apartamento que eu nem estou morando. Mas é um investimento para o futuro, né. (...) E lá, o gasto mensal é de R\$ 3.000,00. Equivale mais ou menos a isso. Às vezes menos, às vezes mais (entrevistada #5).

Há uma evidente falha no processo de comunicação entre a entrevistada #5 por ocasião da aquisição do imóvel, pois as informações que ela tinha na época a respeito das características do bairro não coincidiam com a realidade. Além disso, a falta de cooperação entre diferentes agentes leva a decisões enganosas, diminuindo a credibilidade do sistema. Conforme material de divulgação coletado de uma incorporadora, percebe-se a manipulação das informações para induzir a outra parte ao negócio.

A Figura 1 representa uma proposta real de uma incorporadora que atua em Porto Alegre, veiculada em um *folder* promocional. Embora a imagem que apareça na propaganda seja a de uma piscina na cobertura, a oferta corresponde a um apartamento de 29 m<sup>2</sup> no segundo andar do prédio. E, em letras bem grandes, o preço à vista, de R\$ 316.000,00. É um artifício de ancoragem: a imagem na proposta remete a um apartamento de luxo, cujo valor hipotético seria de alguns milhões de reais. Assim, a mente está ancorada em um valor bem alto. Desta forma, o preço à vista, em destaque logo abaixo da imagem, parece ser mais baixo do que realmente é. Caso o interesse do cliente seja em um apartamento maior, em andar superior, o preço irá subir substancialmente. Entretanto, a ancoragem está feita, e a percepção do preço sempre será menor do que a percepção do valor do imóvel.

Abaixo do valor à vista, existe uma proposta de parcelamento. Aqui, a forma de suavizar a percepção do preço foi dividir em 5 formas de pagamento, todas de fácil absorção pelo cliente. O valor mais baixo é o de 35 prestações mensais: R\$ 950,00. É uma parcela razoavelmente fácil de pagar, que mais uma vez ancora a percepção de pagamento em um patamar baixo. O valor mais alto é o do financiamento, de R\$ 228.656,65. Sob a insígnia de “financiamento”, esse valor é uma incógnita: não se sabe o número de parcelas, taxa de juros etc. Nenhuma informação adicional é dada. Com poucas informações e sem visualização de

pagamento, este valor não é “percebido” pelo agente. Outras parcelas estão expostas, mas apenas diluem a percepção do preço.

Figura 1 – Proposta de financiamento

PREÇO À VISTA						R\$ 316.000,00
CONDIÇÃO DE FINANCIAMENTO						
ATO	30/60/90/120	35 MENSAIS	2X ANUAIS	FINANCIAMENTO	VALOR TOTAL	
R\$ 10.000,00	R\$ 10.000,00	R\$ 950,00	R\$ 20.000,00	R\$ 228.656,65	R\$ 351.906,65	
CÁLCULO 1		CÁLCULO 2		CÁLCULO 3		CÁLCULO 4
R\$ 351.906,65		R\$ 351.906,65		ATO		R\$ 123.250,00
- R\$ 316.000,00		- R\$ 228.656,65		+ 30/60/90/120		+ 36 MESES
R\$ 35.906,65		R\$ 123.250,00		+ 35 MENSAIS		R\$ 3.423,61
				+ 2X ANUAIS		
				R\$ 123.250,00		

Fonte: Elaborado pelos autores a partir do material de divulgação de uma incorporadora

A primeira consideração que se faz ao se observar a Figura 1 é a diferença entre o valor à vista e o valor total do financiamento do imóvel. Ao se optar pela proposta de financiamento, o valor total que aparece é de R\$ 351.906,65. À primeira vista, o valor dos juros pelo tempo de pagamento é de R\$ 35.906,65, conforme aparece no “Cálculo 1”. O “Cálculo 2” mostra que o valor total menos o valor do financiamento resulta em R\$ 123.250,00, mesmo valor da soma das demais 4 formas de pagamento (ato + 30/60/90/120 + 35 mensais + 2X anuais), conforme o “Cálculo 3”. Observa-se que há, na realidade, dois financiamentos na proposta: o valor de R\$ 123.250,00, que é a soma das quatro formas de pagamento circuladas juntas; e o valor de R\$ 228.656,65, circulado sozinho.

Sobre o primeiro financiamento, os valores estão claros, as datas dos pagamentos estão presentes, e a soma está correta, inclusive com a adição dos R\$ 35.906,65 de juros. Entretanto, a forma como os pagamentos estão descritos, de forma separada, ancora a percepção de prestação mensal em R\$ 950,00. Porém, conforme o “Cálculo 4” mostra, o valor que deverá ser pago nos 36 meses, divididos mensalmente, somam R\$ 3.423,61.

Já o segundo financiamento, de R\$ 228.656,65, não tem maiores informações na proposta. A informação irá aparecer somente por ocasião da assinatura do contrato, modelo padrão seguido por várias incorporadoras: O valor deve ser pago à vista, na entrega do apartamento. Na prática, é corriqueiro que os compradores recorram a instituições financeiras para intermediarem esta segunda operação. Mas isto ocorre muito depois que a obrigação perante a incorporadora foi assumida, e sem garantia nenhuma de que algum banco irá fazer o empréstimo. Além disso, não há como saber de antemão, caso o banco conceda o financiamento, quais as taxas de juros, prazos, garantias, e quaisquer outros detalhes.

Este caso real permite demonstrar na prática as ferramentas utilizadas para persuasão no mercado imobiliário. A ancoragem, em um primeiro momento, e a arquitetura matemática para que o comprador não saiba o quanto está pagando; além da dificuldade em entender os custos mensais, o valor total está errado: se os R\$ 228.656,65 forem financiados por algum banco, ainda haverá o acréscimo de juros e outras taxas, elevando substancialmente o custo do imóvel.

Este exemplo mostra como a manipulação das informações gera estímulos que irão afetar o sistema de mercado (LAYTON, 2007, 2009) de uma forma negativa (LAYTON, 2014), ao diminuir a qualidade de vida geral dos participantes (LAYTON; DUFFY, 2018), ao induzi-los a compras equivocadas e endividamento desnecessário, o que ficou constatado no relato da entrevistada #5, situação esta também vivenciada de forma semelhante por outros entrevistados.

Muitos agentes visam aumentar sua autonomia através da aquisição de imóveis. Conforme o entrevistado #1, ao responder sobre o porquê de comprar um imóvel: “*bom, para não pagar aluguel, também como um investimento e a possibilidade de poder modificar o imóvel*”. Também o entrevistado #2 diz que, através da compra de um imóvel, não fica submisso à vontade de um senhorio:

como eu acredito que o imóvel tenha uma instabilidade, em relação à própria função da própria locação né, finaliza contrato, locador quer retorno, enfim, em razão disso eu optei por fazer a aquisição.

Já a situação da entrevistada #5 leva à proposição 1.a, reforçada também pela entrevistada #4, que, ao ser questionada de o porquê ter adquirido um imóvel, respondeu: “*É, eu me pergunto isso até hoje. (...) hoje eu já mudei a minha ideia sobre, por influência de família, de ouvir sempre, ah, tu precisas ter a tua própria casa*”. Mesmo que a família tenha boas intenções, a obrigação cultural de se ter um imóvel diminui a autonomia do agente e reforça os argumentos de quem vende.

**Proposição 1:** *moradores com recursos e que pensam com previdência participam do sistema de mercado de imóveis visando reduzir a submissão ao ampliar a autonomia frente aos demais agentes do sistema.*

**Proposição 1.a:** *moradores com recursos e que pensam em previdência, mas que não contam com capacidade de definir suas estratégias para atuação no mercado são mais afetados pela falta de cooperação dos agentes e, portanto, exercem menos autonomia e capacidade de ação no sistema de mercado de imóveis.*

O segundo mecanismo social encontrado está na estrutura, e refere-se ao gerenciamento de riscos (LAYTON, 2014) através do planejamento e troca de valores econômicos. Para quem considera a aquisição de um imóvel como sendo um investimento, os benefícios esperados podem ser financeiros, como o não-pagamento de aluguel, a valorização do imóvel, e a utilização como moeda de troca; e benefícios não-financeiros, como a segurança de poder permanecer no local. Conforme o entrevistado #1:

Ahm, foi correto, porque comparando ainda o preço de um aluguel e o preço que eu tô pagando pelo financiamento, e os valores, até acho que tá mais barato o

financiamento do que um aluguel. (...) O retorno é, ..., o investimento é o capital que eu vou ter e, também, como hoje o valor tá mais baixo do que o, um aluguel, ele acaba tendo impacto financeiro no dia a dia, né (entrevistado #1).

A entrevistada #8 fala sobre valorização e utilização do imóvel como reserva de valor, que ela chama de “moeda de troca”:

Um investimento. (...) Porque é uma garantia, né, uma moeda de troca. Por exemplo, o carro, né, o carro a gente já sabe que já sai desvalorizado da loja, né, por exemplo. Ele vai desvalorizando ao longo do tempo. Quando, se eu precisar usar o dinheiro do carro pra qualquer coisa que quer, enfim, situação que eu precise do dinheiro, eu sei que o valor dele já vai estar bem reduzido. Agora, um imóvel, a tendência é valorizar, principalmente se aquela área for adquirindo comércio, né, um crescimento maior, uma circulação maior de pessoas, ele vai, se o entorno for desenvolvendo também, né, com boas áreas de lazer, enfim, ele vai se valorizando. Então se eu resolver dar uma guinada na vida, né, e me mudar novamente para um outro lugar, por exemplo, eu vou ter aquele imóvel com valor mais elevado do que eu comprei. Ou uma garantia, né, de... preciso da renda. Enfim, dali a pouco eu posso alugar o meu imóvel também. Enfim, tem várias opções, né, a partir do imóvel próprio, que eu consideraria pra tê-lo, né (entrevistada #8).

O entrevistado #2 não considera os retornos financeiros vantajosos. Para ele, o principal retorno vem na segurança de se ter um imóvel. É um valor psicológico cujo preço econômico vale a pena pagar. Segundo ele:

Eu não sei, eu acho que, ahm, eu me lembro há muito tempo atrás eu fiz uma palestra da (...) Investimentos, e o palestrante, já em 2010, 2008, uma coisa assim, veio, já ... o questionamento que tu fez é o mesmo. Basicamente, né? E ele levantou dizendo assim: ‘gente, financeiramente, não há dúvida de que se tu for fazer uma, botar uma locação em relação ao investimento que tu vai fazer para fazer uma aquisição, ponto, a locação vai valer um pouco mais a pena.’ Agora, psicologicamente, a questão de ter uma residência. Talvez tu possas pensar nisso inconscientemente como investimento, mas um investimento de segurança. Assim, não se acopla muito à questão de rentabilidade, mas investir em segurança, acho que é isso (entrevistado #2).

Seja com o intuito de perceber retornos financeiros, psicológicos ou de uso, os entrevistados #1, #2 e #8 visualizam um retorno maior no futuro do que no presente, o que se alinha com o pensamento de Hoppe (2018). Os entrevistados apresentam linhas de raciocínio semelhantes, onde pesam os ganhos esperados com o custo para alcançá-los (KAHNEMAN, 2012), e escolhendo conforme a razoabilidade dos resultados previstos (BOURDIEU, 1979/2007).

**Proposição 1.b:** *moradores com recursos, que pensam em previdência e que contam com capacidade de definir suas estratégias para atuação no mercado são menos afetados pela falta de cooperação dos agentes e, portanto, exercem mais autonomia e capacidade de ação no sistema de mercado de imóveis.*

Já o terceiro conjunto de mecanismos sociais apresentados por Layton (2014) refere-se à auto-organização de sistemas complexos, normas e instituições. Neste caso, aparece um sistema paralelo ao oficial que coexiste em certa harmonia, embora com maiores limitações. A entrevistada #8 mora com suas tias em uma casa construída em um loteamento irregular. Sobre a situação do imóvel, respondeu:

Era um. Foi feito um loteamento, tá? Mas ele não era regulado. E, aí, nós entramos com Usucapião. E há alguns anos nós fomos. Conseguimos ter contato com o dono do terreno. Nós tivemos que fazer planta baixa da casa, registrar na prefeitura, né? Mesmo em Usucapião. E, daí, hoje nós pagamos IPTU já. Já tem alguns anos na verdade, que nós pagamos, né? IPTU. Mas sim, a gente ainda depende de alguns, algumas liberações, acredito, pra que esteja tudo ok. Acho que nós temos que rever ainda a questão da engenharia, porque foram, foi construído mais metros quadrados ainda. Então, não tá registrado. Então, nós temos que registrar. Legalmente, ainda não tá totalmente assegurado (entrevistada #8).

O surgimento de sistemas paralelos é citado por Layton (2007) e Rodríguez, Rodríguez e Zapata (2015), que afirmam que, se a lógica do mercado e a lógica pública não atenderem a todas as demandas, a lógica da necessidade irá acomodar de alguma forma os agentes excluídos, em uma forma de auto-organização (LAYTON, 2014).

**Proposição 2:** *moradores sem recursos e que não pensam em previdência não participam do sistema de mercado de imóveis.*

A proposição 2 não resulta das entrevistas, já que todos os entrevistados são agentes participantes do sistema de mercado de imóveis de Porto Alegre. Entretanto, através da observação direta, percebeu-se a presença de moradores de rua, que não fazem parte do sistema de mercado. Isso é um indicativo da delimitação dos sistemas indicada por Layton (2014). Já a proposição 3 parte das informações dadas pela entrevistada #8, e pelo entrevistado #9, que indica a preocupação em não fazer parte do sistema de mercado principal: *“porque o senhor é humilde, mas o senhor não vai morar, por exemplo, perto de uma vila (...) não tem casa alugada, não tem nada”*.

**Proposição 3:** *moradores que não participam do sistema de mercado de imóveis participam de forma totalmente submissa de um sistema de mercado de imóveis paralelo.*

Já em Layton (2018) discute-se a dependência de caminhos nos sistemas de mercado, o que é visível nas decisões dos agentes que influenciam as gerações seguintes. A entrevistada #6 pondera sobre seu tempo de vida e sobre os benefícios do imóvel. Segundo ela, o tempo que se leva para pagar o financiamento é tanto que não faz diferença para ela comprar ou alugar. A única pessoa que realmente teria um benefício seria seu filho, que herdaria o imóvel quitado. Mesmo assim, faz ressalvas quanto aos custos da transmissão:

É uma função, né? Porque tu fazer o inventário, pagar todos os impostos e que correspondem... Eu conheço um monte de gente que não tem, que não passou o imóvel pro nome dos herdeiros. Enfim, fica aquele imóvel todo enrolado. ITBI é caríssimo. Enfim, conheço um monte de gente que ficou com o imóvel enrolado, sabe? Que até eu tenho amigos que tipo, terminaram de pagar, ou até familiar que

terminou de pagar o financiamento, e o imóvel ainda tá no nome do banco, porque vai gastar 10, 15 mil pra fazer a transferência, sabe? Então, não dá pra pensar nisso quando, pra deixar esse pepino, né? Se for pra passar pra alguém, passe em vida que é mais fácil do que depois ter que inventariar. Por mais que eu tenha um filho só, né? Mas, mesmo assim, tem que fazer todo o processo (entrevistada #6).

Ao demonstrar preocupação com a geração futura, a entrevistada #3 considera que não é algo positivo deixar um imóvel, muito pelo contrário. Ela considera que os herdeiros não irão querer morar na casa, terão dificuldades para vender, poderão brigar entre si, e que o imóvel tende a trazer maiores problemas do que benefícios. Já as entrevistadas #4 e #5 não têm planos de ter filhos, e não se preocupam com sucessão. Sua única motivação é o benefício próprio que terão com seus imóveis.

O tempo de fruição e a preocupação com os herdeiros pode, portanto, ser um dos aspectos que se levam em conta na aquisição de um imóvel residencial. Embora não seja regra, dependendo do agente, pode se tornar um fator importante. Alguns dos entrevistados já usufruem dos benefícios deixados pela previdência de seus pais. O entrevistado #1, embora ainda tenha seus pais vivos, já recebeu alguns imóveis, frutos do planejamento sucessório de seu pai, que, por sua vez, já havia recebido bens da geração anterior. O planejamento intergeracional permite que, já no nascimento, cada membro da família tenha boas condições iniciais, superiores às da maioria das pessoas que vive no Brasil.

O entrevistado #9 também recebeu, junto com seus irmãos, o imóvel que era de seus pais, por ocasião do falecimento deles. A venda da herança foi fundamental para que o entrevistado pudesse comprar seu próprio apartamento, hoje totalmente quitado. A entrevistada #4, por sua vez, não recebeu nada de seus pais, e hoje paga financiamento. Sobre o recebimento de eventual herança, ela respondeu: *“Ah, adoraria receber, adoraria ter uma herança. Nunca tive herança. Acho que é uma boa ajuda na, é uma boa ajuda quando chega uma herança, não esperada, ou quando entra no teu patrimônio uma herança. Positivo”*.

Os entrevistados também foram questionados sobre o seu planejamento em relação às futuras gerações. As entrevistadas #4, #5 e #8 não têm filhos e não planejam ter, portanto, não têm maiores preocupações com a sucessão. A entrevistada #5, que não contou com a ajuda dos pais na compra de seu apartamento, disse que ajudaria algum sobrinho: *“Eu gostaria de ter recebido um imóvel como herança. Eu deixaria o meu como herança pra um sobrinho que precisa mais, né”*.

O entrevistado #1 já tem um planejamento sucessório familiar. Seus filhos (dois meninos, um ainda bebê) receberão vários imóveis que já estão na família, além de outros que ainda serão adquiridos. Já a entrevistada #3 não pretende deixar imóveis, pois entende que deixar dinheiro ou outras formas de poupança sejam mais benéficos. O entrevistado #10 traz um ponto de vista diferente. Para ele, cada pessoa é responsável pela sua vida, e o acúmulo traz ganância e faz as pessoas brigarem:

Cara, isso aí é muito relativo. O que eu vejo muito é o pai e mãe trabalham uma vida inteira, certo? Aí, eles morrem, e o que acontece? Fica pros filhos. Só que os filhos, hoje em dia, não têm união. Eles querem, cada um quer uma parte maior do que o outro. Aí, se transforma em uma ganância, na minha opinião (entrevistado #10).

Sobre a questão da divisão entre os herdeiros, o entrevistado #9 fala sobre a decisão de algumas famílias amigas suas:

Isso aí, bah, nem sempre fazem isso aí. Eu conheço duas famílias que são meus amigos, eles deixaram de dar pros filhos, eu vou ser franco com o senhor, eles tinham três imóveis. Eles deixaram um pros filhos e deram dois pra um sobrinho de Caxias. Um casal de Caxias, deram dois pra eles. Ficou só um apartamento, um imóvel pra dividir entre dois. Mas, fazer o quê, né? Isso é escolha de cada um. Muito pessoal (entrevistado #9).

Já o entrevistado #7 nunca pensou sobre o assunto, o que significa que não tem um planejamento sucessório. A falta de planejamento pode acarretar diversas consequências no âmbito social. Famílias estruturadas com sólido planejamento sucessório tendem a usufruir de condições econômicas melhores, pois não dependem unicamente de seu trabalho. A falta de planejamento, por outro lado, pode ocasionar dificuldades adicionais aos herdeiros, ao receber imóveis problemáticos, que gerarão custos superiores aos benefícios.

A falta de herdeiros, assim como problemas burocráticos que inviabilizam o uso do imóvel, geram externalidades negativas para o bairro. Construções abandonadas, com donos incertos, trazem inúmeros problemas: infestação de insetos, roedores, incêndios, ponto de drogas, ocupações ilegais etc. Não são só os familiares que sofrem com a falta de planejamento sucessório, mas toda a comunidade que vive ao redor do imóvel abandonado.

Fica evidente a adequação dos atributos de dependência de caminhos trazidos por Layton (2018) nos sistemas de mercado. O passado é determinante para o futuro, e as condições iniciais superiores de alguns agentes em relação a outros, embora seja percebida em uma geração e reproduzida nas seguintes, é marcada por decisões de gerações passadas.

**Proposição 4:** *Decisões tomadas por agentes afetam as formas de participação das gerações subsequentes nos mercados.*

## Considerações Finais

Através da pesquisa realizada, foi possível constatar a importância que o entendimento sobre consumo e previdência tem na formação e crescimento dos sistemas de mercado. Os moradores entrevistados mostraram diferentes percepções, que geram diferentes consequências para si e para as gerações futuras. Além disso, a capacidade de análise do contexto e planejamento dos agentes, bem como o acesso a recursos, torna-os mais ou menos autônomos em relação à falta de cooperação, o que leva alguns à uma posição de dominância dentro do sistema, e outros à uma posição de submissão, sendo muitas vezes excluídos para sistemas paralelos.

Com relação à perspectiva dos mecanismos, ações e estruturas (Teoria MAS) preconizadas por Layton (2014), a análise dos dados mostrou as dinâmicas que ocorrem dentro dos sistemas de mercado, através de práticas colaborativas ou não (Figura 1) e suas consequências para os agentes (entrevistada #5); gerenciamento de riscos e troca de valores econômicos (entrevistados #1, #2 e #8); e em relação à auto-organização de sistemas complexos, normas e instituições (entrevistada #8). Isto possibilitou a elaboração das proposições que levam os agentes a terem um papel de submissão ou autonomia dentro dos sistemas.

Ao se analisar as entrevistas com base na dependência de caminhos (Layton, 2018), ficou visível a conexão entre passado, presente e futuro, principalmente no que se refere ao planejamento sucessório intergeracional. A vida de um indivíduo que nasce proprietário de vários imóveis será completamente diferente de alguém que nasce sem nenhum bem, ou mesmo com dívidas. A diferença se dá tanto na possibilidade de obtenção de recursos da geração seguinte, quanto na perpetuação da cultura familiar e sua capacidade de gerenciamento. Além disso, a longo prazo, ocorrem externalidades que podem afetar toda uma região da cidade.

Isto ocorre porque a falta de planejamento ocasiona imóveis abandonados e bairros decadentes, que geram externalidades negativas a toda uma região. De forma oposta, famílias que têm a cultura da sucessão patrimonial investem em bairros que tendem a valorizar, por seu próprio comportamento. Diferentes percepções a respeito de consumo e previdência são um dos motivos que levam à desigualdade social, e falhas na auto-organização do sistema geram problemas estruturais que diminuem a qualidade de vida de (quase) todo o sistema.

A pesquisa mostrou como diferentes percepções individuais podem influenciar no fluxo e crescimento de um sistema de mercado, e como a previdência pode ser determinante para a autonomia ou submissão dos seus agentes. A longo prazo, a previdência intergeracional irá potencializar a capacidade de obtenção de recursos e a capacidade gerencial de alguns agentes, que irão ascender hierarquicamente dentro do sistema. Outros agentes, por sua vez, desprovidos das mesmas condições geradas por seus antecessores, serão excluídos para sistemas paralelos. A contribuição deste trabalho, portanto, está em relacionar como as diferentes percepções sobre previdência irão afetar nos processos hierárquicos de submissão e autonomia dentro dos sistemas de mercado.

A falta de moradia adequada é um problema que parte relevante da população brasileira enfrenta há muito tempo. Portanto, compreender como esse mercado se forma e evolui pode servir para a geração de subsídios para políticas públicas de habitação que regulem melhor o sistema, estratégias de mercado de construtoras e incorporadoras que considerem os impactos sociais de suas ações e decisões de consumidores/moradores menos arriscadas. Nesse sentido, pesquisas futuras nesse contexto poderão buscar compreender as relações entre agentes do sistema, acrescentando aos entendimentos dos consumidores acerca do mercado imobiliário os entendimentos dos demais agentes do sistema de mercado de imóveis.

## Referências

- BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. 2. ed., Porto Alegre: Zouk, 2007. (Obra original publicada em 1979)
- CARVALHO, E. G. Notas para a discussão do tempo na economia: uma modelagem heterodoxa. **Revista de Economia Política**, v. 38, n. 1, p.150-166, 2018.
- CHAGAS, C.; NETTO, R. O Método hermenêutico-dialético aplicado às ciências sociais: uma análise sobre sua utilização para o estudo do tráfico de drogas. **Textos & Contextos**, v. 18, n. 2), p.1-13, 2019.
- DJELIC, M. L.; QUACK, S. Overcoming path dependency: path generation in open systems. **Theory and Society**, v. 36, n. 2, p. 161-186, 2007.
- FISK, G. **Marketing Systems - an introductory analysis**. New York: Harper & Row, 1967.

- GOLDSTONE, J. A. Initial conditions, general laws, path dependence, and explanation in historical sociology. **American Journal of Sociology**, v. 104, n. 3, p. 829-845, 1998.
- HACKLEY, C. **Doing research projects in marketing, management and consumer research**. New York: Routledge, 2003.
- HOPPE, H. H. **Uma breve história do homem: progresso e declínio**. São Paulo: LVM Editora, 2018.
- KAHNEMAN, D. **Rápido e devagar: duas formas de pensar**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.
- KENNEDY, A. M. Macro-social marketing research: philosophy, methodology and methods. **Journal of Macromarketing**, v. 37, n. 4, p. 347-355, 2017.
- LAYTON, R. A. Marketing systems - a core Macromarketing concept. **Journal of Macromarketing**, v. 27, n. 3, p. 227-242, 2007.
- LAYTON, R. A. On economic growth, marketing systems, and the quality of life. **Journal of Macromarketing**, v. 29, n. 4, p. 349-362, 2009a.
- LAYTON, R. A. Marketing systems, macromarketing and the quality of life. In: MACLARAN, P.; SAREN, M.; STERN, B., & TADAJEWISKI, M. **The Sage Handbook of Marketing Theory**. London: Sage, 2009b.
- LAYTON, R. A. Formation, growth, and adaptive change in marketing systems. **Journal of Macromarketing**, v. 35, n. 3, p. 302-319, 2014.
- LAYTON, R. A. Marketing systems – looking backward, sizing up and thinking ahead. **Journal of Macromarketing**, v. 39, n.2, p.208-224, 2019.
- LAYTON, R. A.; DUFFY, S. Path dependency in marketing systems: where history matters and the future casts a shadow. **Journal of Macromarketing**, v. 38, n. 4, p. 400-414, 2018.
- LAYTON, R. A.; GROSSBART, S. Macromarketing: past, present and possible future. **Journal of Macromarketing**, 26(2), 193-213, 2006.
- LAYTON, Roger A.; DOMEGAN, Christine. The next normal for marketing – the dynamics of a pandemic, provisioning systems, and the changing patterns of daily life. **Australasian Marketing Journal**, v. 29, n. 1, p. 4-14, 2021.
- MAIXÉ-ALTÉS, J. C.; BALAGUER, R. C. Structural change in peripheral European markets: Spanish grocery retailing, 1950-2007. **Journal of Macromarketing**, v. 35, n. 4, p. 448-465, 2015.
- MENGER, K. **Princípios de economia política** (J. Baraúna, Trad.) São Paulo: Abril Cultural. (Obra original publicada em 1871)
- MULLAINATHAN, S., & SHAFIR, E. **Escassez: uma nova forma de pensar a falta de recursos na vida das pessoas e nas organizações**. Rio de Janeiro: Best Business, 2016.
- OLIVEIRA, A. Projetos em waterfronts na era do empresariamento urbano: o caso do Porto Maravilha e da gentrificação da zona portuária carioca. **Arq.Urb.** v. 30, p. 72-85, 2021.
- PREFEITURA DE PORTO ALEGRE. **Conheça Porto Alegre**. Acesso em: 05 de maio de 2020. Disponível em: <https://prefeitura.poa.br/gp/projetos/conheca-porto-alegre>
- REDMOND, William. Marketing systems and market failure: a macromarketing appraisal. **Journal of Macromarketing**, v. 38, n. 4, p. 415-424, 2018.
- RODRÍGUEZ, M. C.; RODRÍGUEZ, M. F.; ZAPATA, M. C. (2015). La casa propia, un fenómeno en extinción. **Cuadernos de Vivienda y Urbanismo**, v. 8, n. 15, p. 52-69, 2015.
- ROUSSEAU, J. J. **A Origem da Desigualdade entre os Homens**. São Paulo: Penguin Classics Companhia das Letras, 2017.
- SAUERBRONN, J. F. R.; BERARDINELLI, R. P.; SILVA, K. P. A construção dos sistemas de mercado na perspectiva do macromarketing. **RIMAR – Revista Interdisciplinar de Marketing**, v. 12, p. 158-170, 2022.
- SAVITT, R. Historical research in marketing. **Journal of Marketing**, v. 44, n. 4, p. 52-58, 1980.

SHIMBO, L.; SANFELICI, D.; MARTINEZ-GONZALEZ, B. Consultorias imobiliárias internacionais e racionalidade financeira na avaliação e gestão de imóveis em São Paulo. **Eure**, v. 47, n. 140, p. 221-242, 2021.

VAIDYANATHAN, R.; VAIDYANATHAN, V.; WADHWA, V. Exploring entrepreneurs' perceptions of venture capitalists' added value. **Journal of Macromarketing**, v. 39, n. 4, p. 447-462, 2019.