

ESPAÇOS DE CONSUMO E LAZER (SHOPPING CENTERS): uma discussão sobre a centralidade urbana e a fragmentação socioespacial

CONSUMER AND LEISURE SPACES (SHOPPING CENTERS): a discussion on urban centrality and socio-spatial fragmentation

ESPACIOS DE CONSUMO Y OCIO (SHOPPING CENTERS): una discusión sobre la centralidad urbana y la fragmentación socioespacial

Ellen Tamires Pedriali Colnago

Mestranda em Geografia pela Faculdade de Ciência e Tecnologia da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – FCT/UNESP/Presidente Prudente.
ellencolnago@hotmail.com

Eliane Silva Santos

Doutoranda em Geografia pela Faculdade de Ciência e Tecnologia da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – FCT/UNESP/Presidente Prudente.
eliane.mb@hotmail.com

Recebido para avaliação em 19/03/2018; Aceito para publicação em 25/06/2018.

RESUMO

Este trabalho apresenta uma discussão teórica a respeito da centralidade urbana e a fragmentação socioespacial, considerando os *shopping centers* enquanto espaços privilegiados das práticas de consumo e lazer das classes médias e altas moradoras dos residenciais fechados. Para tanto, considera-se a expansão territorial das cidades e com ela a alteração do modelo centro-periferia, marcado por espaços cada vez mais seletos de consumo, possibilitados pelo desdobramento das áreas centrais e do surgimento de novas centralidades nas áreas periféricas das cidades, que se diferenciam e segmentam de acordo com a classe social, promovendo a fragmentação socioespacial. Como forma de entender este processo, discutimos num primeiro momento o conceito de centralidade, posteriormente a passagem do processo de segregação socioespacial ao processo de fragmentação socioespacial e, por fim, entendemos os *shopping centers* a partir de novas centralidades que estimulam e expressam o processo de fragmentação socioespacial, a partir das práticas espaciais das classes médias e altas que frequentam os *shopping centers* em busca de conforto, segurança, e possibilidade de permanecer entre os “iguais”.

Palavras-chave: Novas Centralidades; Segregação Socioespacial; Fragmentação Socioespacial; Shopping Centers; Práticas Espaciais.

ABSTRACT

This paper presents a theoretical discussion about the urban centrality and the social and spatial fragmentation, considering the shopping centers as privileged spaces of the consumption and leisure practices of the middle and upper classes living in closed dwellings. In order to do so, we consider the territorial expansion of cities and with it the change of the center-periphery model, marked by increasingly select spaces of consumption, made possible by the unfolding of the central areas and the emergence of new centralities in the peripheral areas of the cities, which are differentiated and segmented according to social class, promoting socio-spatial fragmentation. As a way of understanding this process, we first discuss the concept of centrality, later the passage from the socio-spatial segregation process to the process of social-spatial fragmentation, and finally, we

understand the shopping centers from new centralities that stimulate and express the process of social-spatial fragmentation, based on the space practices of the middle and upper classes that attend shopping centers in search of comfort, security, and the possibility of remaining among the “equals”.

Keywords: New Centralities; Socio-spatial Segregation; Socio-spatial Fragmentation; Shopping Centers; Space Practices.

RESUMEN

Este trabajo presenta una discusión teórica acerca de la centralidad urbana y la fragmentación socioespacial, considerando los shopping centers, en cuanto espacios privilegiados de las prácticas de consumo y ocio de las clases medias y altas moradoras de los residenciales cerrados. Para ello, se considera la expansión territorial de las ciudades y con ella la alteración del modelo centro-periferia, marcados por espacios cada vez más selectos de consumo, posibilitados por el desdoblamiento de las áreas centrales y del surgimiento de nuevas centrales en las áreas periféricas de las ciudades, que se diferencian y segmentan de acuerdo con la clase social, promoviendo la fragmentación socioespacial. Como forma de entender este proceso discutimos en un primer momento el concepto de centralidad, posteriormente el paso del proceso de segregación socioespacial al proceso de fragmentación socioespacial y, por fin, entendemos los shopping centers a partir de nuevas centrales que estimulan y expresan el proceso de fragmentación socioespacial, a partir de las prácticas espaciales de las clases medias y altas que frecuentan los shopping centers en busca de confort, seguridad y posibilidad de permanecer entre los “iguales”.

Palabras clave: Nuevas Centrales; Segregación Socioespacial; Fragmentación Socioespacial; Centros Comerciales; Prácticas Espaciales.

INTRODUÇÃO

Analisar e interpretar as cidades contemporâneas requer observar as transformações que ocorreram em sua estrutura urbana, seja em cidades metropolitanas ou em cidades médias, a partir da construção do padrão centro-periferia.

Se até os anos de 1970 e 1980 tínhamos uma realidade dentro das cidades, em que toda a circulação intraurbana articulava-se, de acordo com Sposito (2007), em torno de um centro principal, o qual era entendido como única área de concentração de estabelecimentos comerciais e de serviços. Nas últimas décadas observou-se a multiplicação das áreas de concentração dessas atividades e sua diversificação em bairros e *shopping centers*.

As cidades desenvolveram uma forte expansão territorial, na qual, aliada à dispersão das funções urbanas, segundo uma lógica de negação da estrutura pré-existente, seus moradores passaram a buscar espaços mais distantes dos centros urbanos para constituir residências, possibilitando a formação de novas centralidades, diferenciadas de acordo com sua escala de influência e da camada social que atraem, tendenciando a uma fragmentação do espaço urbano (SILVA, 2002; SILVA, 2009).

Deste modo, a diversificação das escolhas locais, de atividades comerciais e de serviços, associa-se diretamente ao aparecimento de novos empreendimentos residenciais

nas áreas periféricas da cidade, como a implantação dos loteamentos fechados e conjuntos habitacionais populares.

Isso explica a grande diferenciação com relação aos hábitos e lugares de consumo, de acordo com o poder aquisitivo da população e a localização de determinados empreendimentos comerciais, constituídos em proximidade com os locais de moradia e sua distribuição desigual nas cidades. Como exemplo temos os *shopping centers*, que se localizam nas cidades metropolitanas e nas cidades médias em proximidade com os residenciais de elevado padrão construtivo presentes em condomínios horizontais fechados para atender os moradores dessas residências, principalmente.

Os condomínios horizontais fechados localizados nas cidades médias contemplam não somente às classes altas ou elites como ocorrem nas metrópoles brasileiras, mas também a classe média, justamente pelo custo de vida ser menor e possibilitar a aquisição de um imóvel nesses locais.

Dentro deste contexto, entende-se, portanto, que as periferias não se apresentam somente como o lugar de residência dos desfavorecidos economicamente e escassa em termos de infraestrutura, locais de consumo, lazer, cultura, trabalho e acessibilidade em relação a outras partes da cidade, como se preconizava no modelo centro-periferia (os “ricos” no centro e os “pobres” nas áreas periféricas, e se delimitava, assim, a diferenciação socioespacial) (ALVES, 2011; SPOSITO, 2011).

As periferias das cidades se constituem atualmente como plural, uma vez que têm apresentado conteúdos sociais e culturais distintos, pois não se trata mais de áreas empobrecidas; pelo contrário, são áreas em processo de valorização que se segmentam, pois, o uso desigual da cidade, seja pela moradia ou pelo consumo, não promove a integração, mas sim a segregação e a fragmentação socioespacial (SPOSITO, 2004).

A constatação dessas mudanças na constituição da estrutura urbana das cidades, com o aparecimento de novos empreendimentos residenciais e a multiplicação de áreas centrais nos territórios de expansão das cidades associado “[...] a emergência de meios de transporte mais flexíveis e possibilitados pela difusão do uso de veículos automotores” (CORRÊA, 1989, p. 6), vem alterando as relações entre centro e periferia e essa constatação é um dos fundamentos para que possamos pensar, de acordo com Sposito (2007), numa reestruturação das cidades.

Deste modo, frente à pluralidade de grupos sociais e funções que caracterizam os espaços periféricos nas cidades brasileiras contemporâneas, este artigo pretende destacar uma análise para os *shopping centers*, a fim de identificá-los como áreas que expressam uma

centralidade urbana e se constituem pelas práticas espaciais das classes médias e altas, moradores de residenciais fechados, e que promovem a fragmentação socioespacial.

Propõe-se, deste modo, uma discussão sobre os processos de centralidade urbana e fragmentação socioespacial das cidades. Trata-se, neste trabalho, na primeira sessão, o centro e a centralidade, destacando a emergência de novas centralidades no espaço urbano, em especial com a implantação de *shopping centers*. Na segunda sessão buscamos compreender os conceitos de segregação e fragmentação socioespacial e como estes auxiliam no entendimento dos *shopping centers* enquanto espaços das práticas dos moradores de espaços autosegregados. E, por fim, na terceira sessão, tratamos do *shopping centers* como expressão de novas centralidades e de espaços fragmentados espacialmente em razão das práticas espaciais dos consumidores neste espaço, em busca da segurança, da privacidade, entre outros.

CENTRO E CENTRALIDADE – definição conceitual

Ao longo das últimas décadas¹, centro (lugar) e centralidade (condição) conheceram importantes transformações evidentes nas funções do urbano, ancorados numa cidade monocêntrica, para o avanço de uma realidade multicêntrica, numa sociedade dita pós-industrial e numa sociedade dita de consumo (SPOSITO, 2013).

Para Sposito (1991), o centro não pode ser identificado somente como o lugar onde muitas cidades se originaram, mas deve ser compreendido como o ponto de convergência e também de divergência onde ocorre o nó de um sistema de circulação, onde todos se dirigem para realizar alguma atividade, e de onde todos se deslocam para a interação com outros cantos da cidade, e até fora dela.

Para Alves (2011 p. 112), o centro tem como principal atributo a centralidade, que expressa a capacidade de concentrar vários elementos necessários à reprodução do sistema capitalista num determinado espaço, como equipamentos “de circulação (de fluxos, de informações, mercadorias, pessoas) comércio (banal, especializado), serviços (sofisticados e comuns)”.

Lefebvre (1999) também aponta que não existe realidade urbana sem centro, o essencial do fenômeno urbano está na centralidade, no movimento diário que pode construí-la ou destruí-la, mediante ao conteúdo a que ela reúne e ao qual não se torna indiferente.

¹ Décadas 1980, 1990, 2000, 2010, até os dias atuais.

Dessa forma, podemos compreender o centro como a forma espacial, em outras palavras, ele é a expressão territorial do processo (SPOSITO, 2010). A centralidade, enquanto um processo, apresenta um conjunto de conteúdos que estabelecem fluxos que afluem ao centro e dele efluem, assim como as representações que sobre essas áreas se constituem (SPOSITO; GOES, 2013).

Em consonância com os autores, Whitacker (2003, p. 127) aponta que a cidade é inexistente sem a centralidade, sendo o centro a definição adequada para cidade em todos os tempos, buscando compreender sua formação e adequação às diferentes formações sociais no decorrer dos diferentes momentos históricos.

Desse modo, se no passado (até os anos 1980 no Brasil) podia-se dizer que o centro das cidades era único, hoje temos vários tipos de centros, alguns com centralidades específicas, muitas vezes destinados a grupos específicos da sociedade, outros mais tradicionais, com comércios mais diversificados e uma mescla maior de grupos sociais (ALVES, 2011).

A compreensão das diferentes concepções teóricas que abordam a noção de centro e centralidade está associada ao entendimento dos processos de estrutura e reestruturação das cidades.

No que condiz com a visão da estrutura urbana, podemos assinalar que esta considera o centro como algo fixo, preocupando-se com a forma e com a localização, evidenciando o padrão de concentração e modelos que deem conta de explicar a forma do espaço urbano (SILVA, 2002).

De início, devemos destacar que as primeiras análises empreendidas sobre o centro das cidades desenvolveram-se no âmbito da Escola de Chicago, a partir da década de 1920. Para estudar os padrões espaciais urbanos, a referência subjacente era sempre uma estrutura centro-periférica, numa análise referente a um quadro que se concebia como estático e resultava num arranjo de usos do solo dentro da cidade (WHITACKER, 2003).

Alguns de seus conceitos básicos tiveram e têm grande influência para a análise das cidades. Os principais conceitos são os de área central, centralização, descentralização e a segregação, os quais eram identificados como algo “natural”, sem o reconhecimento da existência de conflitos entre as diferentes classes sociais (SILVA, 2002; WHITACKER, 2003).

É interessante frisar que as principais elaborações teóricas desta escola privilegiam a análise do centro, tecendo considerações sobre a centralidade a partir de três modelos:

Teoria das Zonas Concêntricas, de Burgess; Teoria das Zonas (ou dos setores), de Hoyt; e Teoria de Núcleos Múltiplos, de Liv e Ullman (WHITACKER, 2003).

A teoria das zonas concêntricas compreende o desenvolvimento da cidade a partir de uma área central, cercada por uma série de anéis concêntricos, que se distribuem em áreas industriais e residenciais de segmentos mais pobres. A teoria das Zonas (ou setores) constitui-se numa adaptação do modelo anterior, frente à rigidez socioespacial de alguma área, pois considera fundamental a importância dos centros urbanos como agente centralizador. E, por fim, a teoria dos núcleos múltiplos, considerada mais complexa que as demais por aceitar a existência de centros secundários especializados pela cidade (SILVA, 2002; WHITACKER, 2003).

A Escola de Chicago, embora tenha formulado explicações sobre a estrutura das cidades, se limitou ao seu caráter empirista, ou seja, a forma da cidade, equivalente a uma realidade observada como tal, e não como parte de um processo, daí os limites deste enfoque (WHITACKER, 2003). Já a Escola Francesa se propôs a desvendar o porquê de uma dada localização ou uso do solo, procurando a explicação da relação forma-função, na gênese resultante do seu arranjo. Todavia, continuaram restritos à ideia de estrutura urbana, ou seja, ao estudo do que efetivamente está no território considerando pouco o que se movimenta, concebendo como essencial a constituição da área central e não da centralidade que se expressa a partir do centro (SILVA, 2002; WHITACKER, 2003). Desse modo, tanto na Escola de Chicago quanto no âmbito da Geografia Francesa, que possuem matrizes diferentes, o termo estrutura aparece com esse arranjo entre forma e função, analisadas como permanência e não como fluxos (WHITACKER, 2003).

Já a compreensão das cidades a partir da reestruturação urbana tem uma interpretação que não se prende apenas ao que está fixo no território, mas ao que está também em movimento, e que podemos compreender como os fluxos da cidade (SILVA, 2002). “O processo de reestruturação do espaço urbano é complexo, pois está atrelado às mudanças recentes da economia, e das práticas sociais, associada às novas formas de produção industrial e às novas formas de distribuição e consumo” (SPOSITO, 2004, p. 261).

A reestruturação, de acordo com Smith (2007), acontece no decorrer do crescimento de toda e qualquer cidade, levando-a a um novo arranjo, mas não acontece ao mesmo tempo em todas as cidades, é um processo desigual do ponto de vista espaço-temporal. Utilizado após os anos 1980, o termo reestruturação é coincidente à alteração do par centro-periferia nas cidades, momentos em que o centro e a centralidade passam a ser problematizados e

deixam de ser confundidos entre si (TOURINHO, 2004). Uma vez que as funções, as estruturas e as formas não se mostram suficientes para explicar mais a essência do fenômeno urbano, encontramos na centralidade o cerne da questão.

Sposito destaca quatro determinantes que influenciaram na redefinição da centralidade no espaço urbano:

1) As novas localizações dos equipamentos comerciais e de serviços concentrados levam à mudanças na estrutura e no papel do centro principal ou tradicional, o que provoca uma redefinição do centro, da periferia e da relação centro-periferia; 2) a rapidez das transformações econômicas que marcam a passagem do sistema produtivo fordista para formas de produção flexíveis impõem mudanças na estrutura interna das cidades e nas relações entre as cidades de uma mesma rede; 3) a redefinição da centralidade urbana não é uma dinâmica nova, porém adquire novas dimensões e se consideramos o impacto das transformações atuais, não somente nas metrópoles e grandes cidades, mas também nas cidades de média importância; 4) o uso do automóvel e o aumento da importância do lazer e do tempo destinado ao consumo reorganizam o cotidiano das pessoas e a lógica de localização dos equipamentos comerciais e de serviços (SPOSITO, 2010, p. 199).

Surge, assim, o que tem se chamado de “novas centralidades” ou novas áreas centrais ligadas, sobretudo, à concentração de comércio e serviços, que se localizam fora do centro principal, podendo se expressar, do ponto de vista da forma espacial, de diferentes maneiras, como os subcentros e os *shopping centers* (PEREIRA, 2014). Assim, no contexto da urbanização contemporânea, observamos uma disjunção entre o centro e a centralidade provada pela localização periférica de equipamentos (comércios, serviços) que estavam tradicionalmente no centro da cidade (PEREIRA, 2014).

A centralidade foi se distanciando do centro e deixou de ser um atributo exclusivo do mesmo, para ser lugar do central (no sentido de funções tradicionalmente centrais), sem necessariamente que aquela nova área de concentração de equipamentos comerciais e de serviços seja o centro (PEREIRA, 2014). As cidades, dessa forma, passam a expressar uma realidade multicêntrica, com várias centralidades e padrões de deslocamento cujas características são determinadas pelas condições socioeconômicas da população e tipo de serviços.

Percebe-se uma tendência de descentralização e de uma conseqüente (re) centralização, expressando uma centralidade multicêntrica que amplia a espacialização, distribui os fluxos, e amplia a diferenciação quanto à camada social a que atendem, sendo segmentada quanto ao nível de rendimento.

Para Sposito (1991, p. 13):

É preciso avaliar esta descentralização, porque não revela dispersão ou distribuição das atividades tradicionalmente centrais pela cidade, mas ao contrário, revela novas formas de centralidade. Ao negar a concepção de centro único e monopolizador, recria a centralidade, multiplicando-a através da produção de novas estruturas comerciais e de serviços, reproduzindo em outras áreas da cidade as condições e qualidades centrais.

Pode-se definir, deste modo, que, através da multiplicação de áreas de concentração de atividades terciárias nas cidades, estas podem ser caracterizadas como uma multicentralidade. Todavia, quando essas múltiplas áreas se diferenciam de acordo com o grau de centralidade que exercem no conjunto da estrutura urbana, e pela sua capacidade de atração, e especialização funcional e socioeconômica, são redefinidas assim como uma policentralidade (SPOSITO, 2010). Ou seja, “[...] se constatamos a existência de mais de um centro temos uma multicentralidade. Se constatamos diferentes níveis de especialização e importância entre esses centros, estamos em face de uma policentralidade” (SPOSITO, 2010, p. 205).

A multi (poli) centralidade (SPOSITO, 2010) expressa muitas centralidades, a partir do declínio relativo de papéis do centro da cidade, em algumas dimensões, que antes eram apenas encontradas nele, e são reproduzidas, deixando de ser uma qualidade exclusiva do centro para se manifestar em outras áreas do espaço urbano, notadamente as periféricas (PEREIRA, 2014).

Frente a essas novas áreas de centralidade, pode-se afirmar que os *shopping centers* surgiram a partir da concretização do processo de descentralização das atividades tradicionalmente centrais, no qual passaram a imprimir novas dinâmicas espaciais, na medida que pressupõe o aumento dos fluxos e de novas atividades de comércio e serviços, necessitando, portanto, de (re)adequações dos fixos já existentes. Por exemplo, construções de viadutos e modificações na organização viária, o que conseqüentemente ocasiona uma valorização das áreas no entorno do empreendimento (ALVES, 2011).

Todavia, os *shopping centers* se reafirmam enquanto uma policentralidade, pois se diferenciam das demais áreas centrais, segmentam seus espaços de consumo e lazer a determinados públicos de acordo com as características socioeconômicas, que tendem a se expressar no âmbito do processo de fragmentação socioespacial, uma vez que foram implantados segundo uma lógica anti-urbana, negando a estrutura de formação das cidades, dentro de um processo de reestruturação urbana, que altera os espaços periféricos (MONTESSORO, 1997; SILVA, 2009).

Consideramos, então, que as redefinições da centralidade no espaço urbano, bem como as alterações das formas e dos conteúdos do centro e da periferia, fazem parte do

processo de reestruturação urbana, que nos ajuda a compreender as transformações dos centros e das áreas centrais das cidades, com o surgimento de novas áreas de concentração de comércio e serviços que acabam por alterar lógicas que até então eram colocadas pela estrutura das cidades.

A SEGREGAÇÃO E A FRAGMENTAÇÃO SOCIOESPACIAL

Os pontos alinhavados na seção anterior ensejam a reflexão sobre a constituição de novas centralidades no espaço urbano (com destaque aos *shopping centers*), que tendem a se apresentar nas periferias da cidade, portanto sobre um efeito de afastamento socioespacial da malha urbana até então constituída.

Tais expressões estão associadas à escolha para a implantação de novas residências destinadas a determinados segmentos socioeconômicos de alto poder aquisitivo, em especial os condomínios horizontais fechados, em função de novas centralidades já existentes, como aquelas geradas pelos *shopping centers* e por maior acessibilidade a vias de circulação rápida (SPOSITO, 2004).

A implantação de residenciais fechados e a presença de *shopping centers*, como expressão de novas centralidades, e, portanto, de novas lógicas de consumo e lazer, e de práticas espaciais² dos moradores dos condomínios, conjugam-se associadas ao entendimento da reestruturação do espaço urbano que, por sua vez, tende a produzir espaços descontínuos, com novas formas de vida urbana, que envolvem uma negação da diferenciação social, gerando simulacros urbanos que produzem um espaço urbano cada vez mais desigual (DAL POZZO, 2008).

Tal lógica estabelece uma clara separação entre os de dentro e os de fora, entre aqueles que são “iguais” e aqueles que são “diferentes”, criando verdadeiras rupturas no espaço urbano que nos auxiliam ao entendimento dos processos de segregação e posteriormente de fragmentação socioespacial (SVAMPA, 2001).

Para a compreensão dos processos constitutivos da fragmentação socioespacial presentes tanto nas cidades de médio porte, como nas de padrão metropolitano, é necessário apresentar alguns pressupostos sobre os conceitos de segregação socioespacial.

Para Castells (1978, p. 202-204):

² As práticas espaciais compreendem o conjunto de atividades - incluso, as relações sociais - realizadas cotidianamente pelos cidadãos e/ou grupos familiares envolvendo, sobretudo, os locais utilizados para a moradia, trabalho, formação/educação, consumo de bens e de serviços e realização do lazer (LEFEBVRE, 2006).

[...] a segregação [socioespacial] caracteriza-se pelo processo de homogeneização do conteúdo social de uma determinada porção espacial bem como sua nítida diferenciação em relação às demais áreas, gerando uma paisagem urbana segmentada e hierarquizada com o tipo e o nível de equipamentos urbanos de acordo com o nível de renda dos sujeitos moradores e/ou usuários desses respectivos espaços.

A segregação é entendida pela diminuição dos níveis de articulação e interdependência entre as porções do espaço urbano (SPOSITO, 1996), e explicita-se desta forma, segundo Lefebvre (1991), pela tendência à ausência de relações, de confrontos e de reconhecimentos recíprocos entre as diferenças que coexistem na cidade.

O conceito de segregação é desenvolvido inicialmente como segregação residencial, no âmbito da Escola de Chicago, no qual esteve associada à ideia de que o uso residencial do espaço urbano resultaria de um processo de competição entre os cidadãos, gerando áreas de grande homogeneidade interna, tanto socioeconômica, como cultural. Essa concepção refletia o esforço da Ecologia Humana e transpor leis e dinâmicas das ciências naturais para ler o espaço urbano (SPOSITO; GOES, 2013).

Sob uma perspectiva crítica, embasada no materialismo histórico, a segregação teve seu conteúdo alterado para incluir relações entre esse processo, e as classes sociais no capitalismo, ancoradas sob a Escola Francesa, na qual, as influências de Lefebvre e Castells estão presentes (SPOSITO; GOES, 2013).

Pode-se afirmar, de acordo com Sposito e Goes (2013), que o processo de segregação se refere ao uso residencial do espaço urbano, no entanto, junto ao conceito foram acrescentados vários adjetivos, como socioespacial, que busca enfatizar que a segregação só pode ser compreendida nas articulações entre condições sociais e condições espaciais, ou seja, não é possível pensar numa segregação apenas social, uma vez que ela se expressa espacialmente.

É preciso, dentro da produção do espaço urbano, distinguir a segregação socioespacial da diferenciação socioespacial, uma vez que a segregação resulta da radicalização e do aprofundamento de múltiplas formas de distinção, de segmentação, de desigualdades, e do estabelecimento de rupturas frente à continuidade territorial, que se estabelece no processo de diferenciação (SPOSITO, 1996; SPOSITO; GOES, 2013).

Quem diz “diferença”, diz relações, portanto, proximidade-relações percebidas e concebidas, portanto, inserção numa ordem espaço-temporal dupla: próxima e distante. A separação e a segregação rompem a relação. Constituem, por si sós, uma ordem totalitária, que tem por objetivo estratégico quebrar a totalidade concreta, espedaçar o espaço urbano. A segregação complica e destrói a complexidade (LEFEBVRE, 1999, p. 124).

A ruptura com qualquer tipo de relação no âmbito do espaço urbano, sobretudo, por meio da negação da diferença (LEFEBVRE, 1999), marca uma distinção fundamental entre os processos de diferenciação e a segregação socioespacial. Em especial com a ocupação das periferias urbanas pelos segmentos de alto poder aquisitivo, reproduzindo, de acordo com Corrêa (2005), uma autosegregação que se refere à segregação da classe dominante e aparece como um meio de manutenção de privilégios por parte dessa classe e de controle sobre os outros grupos sociais.

Mais especificamente, pode-se dizer que a autosegregação reflete na reestruturação urbana, quando uma parcela de segmentos sociais de médio a alto poder aquisitivo, “[...] opta pelo isolamento em relação ao conjunto da cidade, que para eles, é espaço dos outros e, portanto, não mais de todos” (SPOSITO; GOES, 2013, p.281). A mesma implica, deste modo, nas residências de loteamentos fechados e condomínios horizontais, que combinada às práticas espaciais realizadas pelos moradores, como os espaços de comprar e se divertir, como os *shopping centers*, de formação/educação, entre outros, implicam num adensamento de atividades diárias e no uso de espaços privados, que evita o contato direto com pessoas de que se distinguem, no que se refere ao estilo de vida, consolidando o processo de fragmentação socioespacial.

Desse ponto de vista, Sposito (2004, p. 397) salienta que o estudo da fragmentação socioespacial se torna pertinente, pois:

A existência de muros intraurbanos é, sem dúvida, prova material de segmentação do tecido urbano, mas as formas como essa segmentação altera a estruturação das cidades e as práticas socioespaciais de seus moradores é diversificada e plural, exigindo que se analise e se adote com precisão teórica os conceitos de segregação e/ou fragmentação.

Da mesma forma, Sposito e Goes (2013, p. 291) salientam que: “O crescimento das cidades com extensão de seus territórios e aumento da população, coincide com o enfraquecimento das relações entre cidadãos, decorrente da autosegregação crescente, que vai além dela, e, portanto, direcionando-se à fragmentação socioespacial”. Ou seja, as práticas espaciais, pautadas sobretudo nas desigualdades socioeconômicas, produzem não apenas uma cidade segregada, o que já ocorre a décadas, mas uma cidade em processo de fragmentação socioespacial em que não se reconhece o direito de todos à cidade (SPOSITO; GOES, 2013).

Assim, dependendo do nível de fragmentação socioespacial produzido por práticas espaciais no espaço urbano, pode haver contribuição para a geração de um determinado território, ou a construção de diversas territorialidades pelos segmentos sociais de alto

poder aquisitivo no qual esteja presente assim uma representação diferenciada da cidade, pois:

Cada segmento social, definido por seu padrão de consumo, cultural e de informação (estando o acesso à cultura e à informação também controlados pelo mercado), constrói uma representação de cidade, a partir de suas experiências, dos territórios de sua vivência, das espacialidades que constrói na dinâmica da circulação e acesso do conjunto da cidade (SPOSITO, 1996, p. 82).

Salgueiro (2001, p. 116), ao analisar a fragmentação socioespacial nas cidades atuais, sobretudo nas de padrão metropolitano, considera quatro características principais:

1) é um **território policêntrico** onde se assiste à perda da hegemonia do “centro” e à multiplicação de “novas centralidades”; 2) **aparecem áreas mistas**, muitas vezes megacomplexos imobiliários que reúnem habitação, comércio, escritórios e lazer, ou comércio, indústrias e serviços sinal evidente de negação do zoneamento funcional associado à cidade industrial; 3) **surtem enclaves dissonantes no seio de tecidos com uma certa homogeneidade morfosocial**, base de uma organização em que há contiguidade sem continuidade; 4) **crece a dessolidarização do entorno próximo porque os indivíduos e as atividades participam cada vez mais em redes de relações (movimento e troca de informações) à distância**, fonte dos fluxos complexos que cruzam o território, e que no geral não valorizam nem se exercem a proximidade imediata porque as novas acessibilidades libertaram muitas localizações dos constrangimentos da proximidade (grifo nosso).

Confrontando os estudos de Salgueiro (2001) com os resultados de pesquisas empíricas em cidades médias, Sposito e Goes (2013, p. 299) salientam que na lógica de reestruturação dos espaços urbanos, abarca-se:

[...] novos elementos [que] se combinam para o reconhecimento da fragmentação, como a existência de uma policentralidade e a conformação de territórios descontínuos, gerando morfologias menos integradas territorialmente. Além disso, as relações entre proximidade e contiguidade foram alteradas, uma vez que o uso do transporte automotivo e a ampliação das possibilidades de comunicação redefinem as interações espaciais entre diferentes áreas residenciais, entre estas e as áreas de trabalho, consumo e lazer. O resultado dessas transformações é a geração de uma geometria espacial de fluxos mais complexa e menos apoiada nos espaços de inserção imediata de diferentes sujeitos sociais nas cidades.

Redefinido, portanto, por meio do processo de segregação e de fragmentação socioespacial, o tradicional modelo de estrutura das cidades centro-periferia, podemos interpretar que esse processo ocorre para explicar as discontinuidades territoriais que sucedem, sobretudo, pós anos 1980 (DAL POZZO, 2015).

Sobre as discontinuidades no espaço urbano, Sposito (2011, p. 134-135) aponta:

[...] é fato que no período atual [...] não há unidade espacial, porque a ação sobre o espaço e a sua apropriação são sempre parcelares, na cidade atual. Diferentes pessoas movimentam-se e apropriam-se do espaço urbano de modos que lhe são peculiares, segundo condições, interesses e escolhas que são individuais, mas que são, também, determinados historicamente segundo diversas formas de segmentação: idade, perfil cultural, condições socioeconômicas, segmentação profissional, preferências de consumo de bens e serviços.

Ou seja, novos elementos se combinam para o reconhecimento da fragmentação socioespacial, como a existência de uma policentralidade e a conformação de territórios descontínuos, gerando morfologias, menos integradas (SPOSITO; GOES, 2013).

Considerando a perspectiva do uso e, sobretudo, do consumo do espaço urbano, em especial os *shoppings centers*, relacionados às práticas espaciais dos moradores de espaços autossegregados, estes imprimem uma lógica dentro dos processos de fragmentação socioespacial, uma vez que exercem pontos de ruptura (inclusive, os efeitos e implicações dos mecanismos de controle socioespacial), na qual se esboça a busca por privacidade, exclusividade, segurança e o desejo de conviver entre os “iguais”, aspectos que serão tratados no próximo item.

Para sintetizar a ideia de fragmentação socioespacial, Bourdin (2005) destaca que o termo pode ser interpretado como a imagem de uma sociedade quebrada em pequenos pedaços, nos quais criam-se territórios identificados pelas rupturas, isolamento de grupos, sendo reconhecidos pela segregação dos locais de residência e dos serviços urbanos, no qual expressa a falta de pertencimento existente nas cidades.

O SHOPPING CENTER: expressão de novas centralidades e estímulo ao processo de fragmentação socioespacial

A constituição de novas centralidades, em especial relacionadas aos *shopping centers*, está intimamente associado com o processo de segregação e de fragmentação socioespacial, discutidos nos subitens anteriores. Esses espaços de consumo e lazer tendem a situar-se em área de localização periférica, ao longo de eixos de circulação rápida (FERNANDES; SPOSITO, 2013), em proximidade com residenciais fechados, direcionando-se para públicos de classe alta e média, promovendo a reestruturação das cidades.

Para Pintaudi (1989, p. 15-16), o *shopping center* é:

[...] um empreendimento imobiliário de iniciativa privada que reúne, em um ou mais edifícios contíguos, lojas de comércio varejista e de serviços alugadas, que se distinguem umas das outras não somente pelo tipo de mercadoria que vendem (o tenant mix planejado pela empresa prevê a presença de várias lojas

do mesmo ramo para permitir a compra por comparação), como também por suas naturezas distintas (lojas-âncora e lojas de comércio especializado e serviços - que podem ou não pertencer a redes). Toda a estrutura e funcionamento do empreendimento são controlados por um setor administrativo, necessário para o funcionamento eficaz do shopping center, o que significa dizer que é o setor, cuja responsabilidade é zelar pela reprodução do capital da empresa. Além disso, está a presença de um parque de estacionamento, cujo tamanho se encontra na dependência do porte do empreendimento e da sua localização [...].

De acordo com Montessoro (1997, p. 92), “os *shopping centers* produzem uma nova dinâmica dos espaços. A cidade em si transforma-se, mudam-se os conceitos de próximo e distante, o comércio tradicional de rua juntamente com o centro deixam de ser os únicos propiciadores de maior circulação no interior da mesma”.

Essa centralidade exercida pelos *shopping centers*, possível graças ao uso do automóvel, possibilitou o deslocamento de pessoas para outras porções da cidade, e dessa forma consolidou-se como um local de consumo e lazer (RUIZ, 2004).

No âmbito de uma policentralidade, os *shopping centers* tendem a funcionar como uma estrutura territorial, por meio da qual o processo de reprodução das classes sociais se verifica (CORREA, 1997) pelas práticas espaciais implementadas pelos segmentos de médio e alto poder aquisitivo, a destacar os moradores de espaços autosssegregados.

Vale destacar que a centralidade urbana tem se alterado e diferenciado dentro das cidades a partir do uso dos meios de transporte automotivo utilizados pela população, que permitem alcançar locais mais distantes, pois ao mesmo tempo em que as cidades se expandem em descontinuidades, é fato que os meios de transporte se diferenciam em correspondência com a classe social e os locais de moradia, alterando as práticas de consumo e lazer (SILVA, 2002).

Como exemplo, podemos mencionar que os deslocamentos das classes médias e altas moradoras de espaços residenciais fechados se voltam aos *shopping centers*, por meio de carros particulares. Situação que se diferencia dos segmentos de baixo poder aquisitivo, que se estabelecem por exemplo nos conjuntos habitacionais, pois seu deslocamento se dá, em grande parte, pelo transporte coletivo (ainda que se tenha, a partir dos anos 1990, popularizado o uso do automóvel para esses segmentos), pelo qual tem acesso direto ao centro principal da cidade. Portanto, para os segmentos populares, o principal espaço para consumo ainda é o centro principal (SILVA, 2002).

Assim pode-se entender que as diferentes localidades centrais vão funcionar de modo diverso para as diferentes classes sociais, já que estas consomem de maneira distinta os bens e serviços oferecidos pelos diferentes centros, subcentros e *shopping centers* (SERPA, 2011).

Os *shopping centers* se constituem em centralidades, segundo Dal Pozzo (2015), dentro de um contexto de oposição e de uma efetiva concorrência ao centro principal. Todavia, para se apreender essa realidade, Sposito (2013) ressalta que é necessário compreender essa disputa pelos segmentos de mercado de acordo com o porte das cidades.

No caso das metrópoles, os centros são espaços cujo acesso tem aquelas parcelas da sociedade que não podem frequentar cotidianamente os *shopping centers*. Para Sposito (2013), os centros principais, neste contexto, não são decadentes, porque seu dinamismo se apresenta influente, uma vez que continuam a ser, quando não o único, o nó principal do sistema de circulação por transporte coletivo, como revelam as linhas de ônibus e metrô. Assim como existe o espaço da informalidade com maior evidência, de modo legal os camelódromos, e de modo ilegal, os ambulantes, nos quais estabelecem estratégias de venda, como os comerciantes dos camelódromos que aceitam cartões de crédito no pagamento, e que, portanto, possibilita dinamicidade aos centros metropolitanos.

Desse modo, nas metrópoles os centros não concorrem diretamente com os *shopping centers*, em especial aqueles destinados a seguimentos de classe média e alta, somente com os shoppings populares destinados à população de poder aquisitivo menor.

No caso das cidades médias, por um lado, o número inferior de habitantes e, portanto, de mercado consumidor, comparado a uma metrópole, leva a uma competição entre os *shopping centers* e o centro principal, pois o custo de vida mais baixo e as distâncias menores possibilitam a inclusão das faixas de renda média nos “novos centros” que compartilham os mesmos espaços de consumo e lazer, e de moradia dos membros das elites locais (SPOSITO, 2013). Por outro lado, “há grande separação espacial entre estes e os que têm menor poder aquisitivo aos quais resta a frequência ao centro principal, única área de estrutura urbana acessível por transporte coletivo, a partir das áreas residenciais distintas” (SPOSITO, 2013, p. 52).

É imprescindível notar que nas cidades médias, em razão do tamanho da cidade e do número de habitantes, mesmo que haja uma separação espacial entre as diferentes classes sociais, e que os *shopping centers* tendam a se concentrar nas proximidades dos residenciais de alto padrão construtivo como os residenciais fechados, atendendo enquanto local de consumo e lazer a classe alta e média, ocorre o deslocamento de pessoas de poder aquisitivo menor para esses empreendimentos, mesmo que seja de forma esporádica e sazonal³.

³ Isso é possível observar em vários estudos de cidades médias, como Silva (2006), que estudou Londrina, Ruiz (2004) que estudou Presidente Prudente, e Dal Pozzo (2015), que estudou São José do Rio Preto e Presidente Prudente.

Esses deslocamentos tendem a ser mais efetivos nos finais de semana e constituem-se como programas de lazer, diferentemente das classes médias e altas, moradoras dos espaços autosssegados, que se deslocam, diariamente, para os shoppings, com a finalidade não só do lazer, mas do consumo (RUIZ, 2004).

Reforçando esta característica, Sarlo (2009, p. 30) destaca:

De este modo el shopping asimila lo que no está previsto en sus objetivos principales mientras no se los contradiga ([...] la gente pobre que va los fines de semana a mirar mercancías inaccesibles, [...]), como algunas cadenas de comida rápida incorporan combinaciones no prevista en el modelo inicial, para localizar la marca en una cultura alimentaria determinada.

Observa-se, desse modo, que os *shopping centers*, mesmo destinados a determinados segmentos sociais de classe média e alta, também são frequentados por segmentos de poder aquisitivo menor, o que, por sua vez, denota diferentes fluxos para este estabelecimento no qual se alterna em dias da semana, expressando uma centralidade móvel, que pode delimitar fluidez diferenciada também conforme o horário do dia, por meio do prolongamento do funcionamento do Shopping, com relação ao centro principal (SILVA, 2006).

Mesmo que haja com certa sazonalidade a presença de segmentos de menor poder aquisitivo nos *shopping centers* voltados para o consumo e lazer da classe média e alta, é importante denotar que isso não promove uma sociabilidade entre os segmentos de diferentes classes sociais. Portanto, continua-se evidenciando a fragmentação socioespacial, uma vez que, “[...] os contatos, em geral, tendem a ser breves e, portanto, não promovem mudanças significativas, em termos de compartilhamento de experiências e significados” (BAUMAN, 2001, p. 114). Ou seja, mesmo em certos contextos de compartilhamento espacial, há uma tendência de que os afastamentos sociais entre os distintos grupos sociais sejam fortalecidos pelo reforço da indiferença, que faz os vínculos serem mais intensos entre aqueles que pertencem a um mesmo grupo social (INNERARITY, 2006), “[...] sempre a partir de um reconhecimento de uma alteridade” (SERPA, 2007, p. 20).

Desse modo, se constituindo como práticas espaciais de consumo e lazer, das classes média e alta (moradores dos espaços autosssegados), o *shopping center* chegou em um momento, segundo Sarlo (2009), em que a insegurança se converteu em uma preocupação central.

Visto esse processo pelo discurso da violência e do medo, as classes médias e altas buscam em suas práticas espaciais, tanto por espaços de moradia (no caso os residenciais fechados), como por espaços privados de consumo e lazer (no caso os *Shopping Centers*), em que os mecanismos de controle socioespacial, e os sistemas de segurança, impeçam que

mendigos, desocupados e assaltantes (BAUMAN, 2001; DAL POZZO, 2015) tenham acesso, e a segurança e tranquilidade reinem, em um processo que se traduz em afastamento socioespacial do restante da cidade; portanto, dos contatos indesejáveis, corroborando para instauração do processo de efetiva fragmentação socioespacial (DAL POZZO, 2011; SPOSITO, 2006).

Como afirma Sarlo (2009, p. 23):

[...] el Shopping funciona sin ninguno de los inconvenientes de lo urbano. En un momento en que la ciudad es vista como fuente de males y donde se pide una ciudad disciplinada que responda a ese imaginario del miedo y a condiciones reales de incertidumbre, el shopping ofrece lo que busca, y además, gratis.

Com o controle socioespacial, que se realiza nos espaços de circulação dos *shopping centers*, pelos sistemas de segurança, isso desdobra-se em:

[...] fronteiras mais rígidas e policiadas e, conseqüentemente, menos indeterminação e menos espaços para contato entre pessoas de grupos diferentes. Essas experiências produzem medo e intolerância, mais do que expectativa e excitação (CALDEIRA, 2000, p. 325).

O desejo de conviver entre os “iguais”, que se constitui como alternativa indisponível na cidade, imprime ações de autoisolamento dentre as práticas espaciais de consumo e lazer dos moradores de espaço autossegregados, nos quais abre-se um conjunto de possibilidades para que processos de estigmatização socioespacial possam se reproduzir, com relação ao outro, ou seja, aquele que não faz parte do convívio das pessoas de poder aquisitivo maior e tendem a habitar em bairros populares, ou propriamente nas favelas, espacialmente no caso dos espaços metropolitanos (DAL POZZO, 2015).

Desse modo, os cidadãos não apenas têm condições de indicar, prontamente, em quais áreas ou porções de áreas urbanas os níveis de insegurança são mais elevados, como também estabelecem um efetivo afastamento socioespacial com estas áreas ou porções de áreas. Trata-se de práticas espaciais pautadas pela dimensão da insegurança urbana (DAL POZZO, 2015).

Sposito e Goes (2013), com relação à insegurança no espaço urbano, afirmam que esta tem sido alimentada cada vez mais pela mídia e relatos de terceiros do que propriamente por experiências pessoais. Tal fato é comprovado nos estudos feitos em cidades médias pelas autoras em que a veiculação discursiva no tema da insegurança é muito maior, do que propriamente os fatos ligados a problemas reais nesse sentido, como ocorre em maior profundidade nas cidades metropolitanas.

Fora a questão da necessidade de se ter segurança e de poder conviver entre pessoas de mesmo poder aquisitivo (CALDEIRA, 2000), as práticas espaciais orientadas para o consumo e lazer das classes médias e altas nos shoppings, também são alimentadas pela comodidade e facilidade de acesso, além de outras características como:

[...] orden, claridad, limpieza, seguridad [...]. El shopping da la ilusión de independizarse de la ciudad y del clima: la luz es inalterable y los olores son siempre los mismos (relentes de matéria plástica, vaporizadores). Frente al relativo azar de lo que podría suceder en la calle, el shopping repite sus ritmos detrás de sus superficies glaseadas. [...] en el shopping los viejos y los adolescentes pueden pasear seguros, hay servicios al alcance de todo el mundo, es muy difícil robar o ser robado, y lo que se da para ver es lo que todos quieren mirar (SARLO, 2009, p. 18).

Características que não estão presentes nos centros das cidades, em que é necessário um maior deslocamento por parte das classes médias e altas para acessá-los, além de apresentarem desconforto térmico e insegurança, se comparados à realidade dos *shopping centers*.

Dessa forma, para Sarlo (2009, p. 21):

El diseño y el funcionamiento del shopping se oponen al carácter aleatorio y, en consecuencia, indeterminado de la ciudad. La ciudad es un territorio abierto a la exploración por desplazamiento dinámico, visual, de ruidos y de olores. [...] Em oposición a este funcionamiento “sucio”, no completamente controlabe de la ciudad, el shopping asegura la repetición de lo idéntico en todo el planeta.

Assim, os motivos que se estabelecem para a realização das práticas espaciais em *shopping centers* dos segmentos médios e de alto poder aquisitivo, habitantes de espaços autossegregados, relacionam-se ao desejo por segurança, privacidade, conforto, convivência entre “iguais”, possibilitando o entendimento da fragmentação socioespacial no espaço urbano. Ou seja, a fragmentação é social e espacial ao mesmo tempo, porque os consumidores dos *shoppings centers* moradores de espaços autossegregados, pouco frequentam determinados setores da cidades. A prática do afastamento reorienta dessa forma novas expressões de centralidade, que se descompromete com a ideia de uma produção mais equitativa da cidade (DAL POZZO, 2015).

A tendência à segmentação socioespacial no processo de produção e consumo do espaço urbano estabelece-se, portanto, referente ao maior nível de insegurança, da busca por *status* e distinção social, e de dinâmicas de reprodução de estigmatizações socioespaciais (DAL POZZO, 2015). Assim, baseado em princípios da “indiferença” e “distinção social” pelas classes médias e altas, o processo de fragmentação socioespacial se expressa, em

grande medida, pela combinação entre um tipo mais complexo de segregação socioespacial (residenciais fechados) e novas expressões de centralidades (*shopping centers*), permeados por mecanismos de controle socioespacial, cada vez mais fomentados por novas práticas espaciais que são representativas da segmentação do consumo do espaço urbano (CATALÃO, 2013).

A cidade passa a ser apreendida de modo parcelar e fragmentado, onde as discontinuidades territoriais imprimem novas relações. Portanto, nas áreas periféricas, em que a escala do indivíduo em movimento não coincide mais com a escala da cidade, e, tampouco, se pode compreender a cidade como a somatória das escolhas dos indivíduos, porque a essência delas está no conflito e não na aliança para a ideia de unidade (SPOSITO, 2011), como podemos evidenciar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Procurou-se demonstrar neste artigo que, após a redefinição do padrão centro-periferia, com a expansão territorial das cidades, o desdobramento das estruturas monocêntricas para as multicêntricas levaram ao surgimento de novas centralidades, entre elas a policentralidade, característica dos *shopping centers*.

A policentralidade se diferencia por se constituir em locais de consumo que segmentam determinadas classes sociais, se constituindo pelas práticas espaciais das classes média e alta, moradoras de residenciais fechados. O estudo dessas práticas espaciais, assim como de suas motivações, contribui para o entendimento dos processos de segregação e de fragmentação socioespacial.

A segregação, pode-se dizer que, se associa aos espaços das residências e, portanto, separa as diferentes classes sociais entre o centro e as periferias das cidades, de acordo com a condição socioeconômica, constituindo-se espaços autosssegados. Nas cidades metropolitanas, as classes altas, e nas cidades médias, as classes médias e altas procuram se isolar dos demais moradores, a partir da escolha de suas moradias, a exemplo dos condomínios horizontais fechados, que possibilitam o contato somente entre pessoas de mesmo poder aquisitivo.

A partir da segregação do espaço residencial dos moradores das classes médias e altas, esses segmentos passam a selecionar os locais de consumo e lazer, evitando cada vez mais o contato entre as diferentes classes sociais, a partir das práticas espaciais, culminando no processo de fragmentação socioespacial.

Dentre as práticas espaciais selecionadas para consumo e lazer das classes médias e altas, temos aquelas voltadas aos *shopping centers*, justamente por ser um espaço que, comparado aos centros principais das cidades, se expressa enquanto um local confortável, seguro, e permite conviver entre os “iguais”.

Os *shopping centers*, especialmente nas cidades médias, devido às distâncias menores quando comparadas às metrópoles, são frequentados ainda que de forma sazonal pelas classes de poder aquisitivo baixo, geralmente aos finais de semana, expressando uma centralidade que é móvel, e também se altera em dias da semana e horários do dia, para as classes médias e altas.

Desse modo, a presença de diferentes classes sociais nos *shopping centers* não promove uma sociabilidade, uma vez que os contatos são breves, permanecendo, portanto, a fragmentação socioespacial, promovida pelas práticas espaciais dos moradores de espaços autosssegregados.

Como afirma Sposito (2011), na escala da cidade, as estruturas espaciais possibilitam o acesso à cidade pela propriedade a alguns, revelando as desigualdades socioespaciais e a busca de formas de apropriação de espaços. Mostram, pelas práticas espaciais, como se conformam as diferenças, o que nos leva a identificar as dificuldades de diálogo na vida urbana atual e realidades socioespaciais marcadas por disparidades muito grandes que, no fundo, são marcas da formação social brasileira.

REFERÊNCIAS

ALVES, G. A. A mobilidade/imobilidade na produção do espaço metropolitano. In: CARLOS, A. F. A.; SOUZA, M. L.; SPOSITO, M. E. B. (Org.). **A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios**. São Paulo: Editora Contexto, 2011. p. 109-122.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BOURDIN, A. **La métropole desindividus**. Paris: Éditions de l'Aube, 2005.

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

CASTELLS, M. **La cuestión urbana**. México: Siglo XXI, 1978.

CATALÃO, I. F. **Diferença, dispersão e fragmentação socioespacial: explorações metropolitanas em Brasília e Curitiba**. 2013. 216 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2013.

CORREA, R. L. **O espaço urbano**. São Paulo: Ática, 1989.

CORREA, R. L. **Trajetórias Geográficas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

DAL POZZO, C. F. **Fragmentação socioespacial**: análise das práticas socioespaciais dos sujeitos auto-segregados em Presidente Prudente – SP. 2008. 216 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Geografia) – Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2008.

DAL POZZO, C. F. **Fragmentação socioespacial em cidades médias paulistas**: os territórios do consumo segmentado de Ribeirão Preto e Presidente Prudente. 2015. 400 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2015.

FERNANDES, J. A; SPOSITO, M. E. B. Introdução. In: _____ (Org.). **A nova vida do velho centro nas cidades portuguesas e brasileiras**. Porto: Cegot, 2013. p. 07-09.

INNERARITY, D. **O novo espaço público**. Lisboa: Teorema, 2006.

LEFEBVRE, H. **A produção do espaço**. Trad. Grupo “As (Im) possibilidades do urbano na metrópole contemporânea”, do Núcleo de Geografia Urbana da UFMG (do original: La production de l'espace. 4. ed. Paris: Anthropos, 2000). Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006.

LEFEBVRE, H. **A revolução urbana**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.

MONTESSORO, C. C. L. **Shopping Centers e (re) estruturação urbana em Presidente Prudente – SP**. 1999. 168 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente.

PEREIRA, C. **Centro, centralidade e cidade média**. O papel do comércio e serviços na reestruturação da cidade de Juazeiro do Norte-CE. 2014. 329 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2014.

RUIZ, J. A. M. **Shopping Centers e segregação socioespacial em Presidente Prudente - SP**. 2004. 231 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Faculdade de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2004.

PINTAUDI, S. M. **O Templo da Mercadoria**. Estudo sobre os *Shopping-Centers* do Estado de São Paulo. 1989. 156 f. Tese (Doutorado em Geografia) – FFCH, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1989.

SALGUEIRO, T. B. **Lisboa, Periferia e Centralidades**. Oeiras, Portugal: Celta, 2001.

SARLO, B. La ciudad de las mercancías. I. El shopping center. In: SARLO, B. **La ciudad vista**. Buenos Aires: SigloVeintiuno, 2009. p. 13-34.

SERPA, A. **O espaço público na cidade contemporânea**. São Paulo: Contexto, 2007.

SILVA, C. H. M. **Espaço público político e urbanidade**: o caso do centro da cidade de Aracaju. 2009. 181 f. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009.

SILVA, W. R. **Descentralização e redefinição da centralidade em Londrina**. 2002. 190 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Faculdade de Ciência e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2002.

SILVA, W. R. **Para além das cidades**: centralidade e estruturação urbana: Londrina e Maringá. 2006. 280 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Faculdade de Ciência e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2006.

SMITH, N. Gentrificação, a fronteira e a reestruturação do espaço urbano. **GEOUSP – espaço e tempo**, São Paulo, n. 21, p. 15-31, 2007.

SPOSITO, M. E. B. A produção do espaço urbano: escalas, diferenças e desigualdades socioespaciais. In: CARLOS, A. F. A.; SOUZA, M. L.; SPOSITO, M.E. B. (Org.). **A produção do espaço urbano**: agentes e processos, escalas e desafios. São Paulo: Editora Contexto, 2011. p. 123-145.

SPOSITO, M. E. B. Centros e centralidades no Brasil. In: FERNANDES, J. A; SPOSITO, M. E. B. (Org.). **A nova vida do velho centro nas cidades portuguesas e brasileiras**. Porto: Cegot, 2013. p. 45-59.

SPOSITO, M. E. B. Cidades médias: reestruturação das cidades e reestruturação urbana. In: SPOSITO, M. E. B. (Org.). **Cidades médias**: espaços em transição. São Paulo: Expressão Popular, 2007. p. 233-253.

SPOSITO, M. E.B; GÓES, E. M. **Espaços fechados e cidades**: insegurança urbana e fragmentação socioespacial. São Paulo: Editora UNESP, 2013.

SPOSITO, M. E. B. Multi (poli) centralidade urbana. In: SPOSITO, E. S; NETO, J. L. S. (Org.). **Uma Geografia em Movimento**. São Paulo: Expressão Popular, 2010. p. 199-228.

SPOSITO, M. E. B. Novos conteúdos nas periferias urbanas das cidades médias do estado de São Paulo, Brasil. **Investigaciones Geográficas**, México, v. 54, p. 114-139, 2004.

SPOSITO, M. E. B. O centro e as formas de centralidade urbana. **Revista de Geografia**, São Paulo: UNESP, v. 10, p. 01-18, 1991.

SPOSITO, M. E. B. **O chão em pedaços**: urbanização, economia e cidades no estado de São Paulo. 2004. 508 f. Tese (Livre Docência) – Faculdade de Ciência e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente.

SPOSITO, M. E. B. Reestruturação urbana e segregação socioespacial no interior paulista. **Scripta Nova: revista electrónica de geografía y ciencias sociales**, Barcelona: Universidad de Barcelona, v. XI, n. 245, 2007.

SPOSITO, M. E. B. Reflexões sobre a natureza da segregação espacial nas cidades contemporâneas. **Revista de Geografia**, Dourados: AGB, n. 4, p. 71-85, 1996.

SVAMPA, M. **Los que ganaron**: la vida en los countries y barrios privados. Buenos Aires: Biblos, 2001.

TOURINHO, A. O. **Do Centro aos centros**: bases teórico-conceituais para estudo da centralidade em São Paulo. 2004. 438 f. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo) – Centro de Pós-graduação, Estruturas Ambientais Urbanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

WHITACKER, A. M. **Reestruturação urbana e centralidade em São José do Rio Preto-SP**. 2003. 237 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Faculdade de Ciência e Tecnologia, Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2003.