

## ESPAÇOS ASSIMÉTRICOS NO CONTEXTO DA ACUMULAÇÃO FLEXÍVEL

**RONEY GUSMÃO DO CARMO**

Universidade Federal do Recôncavo da Bahia | Brasil  
roney@ufrb.edu.br

**PALAVRAS-CHAVE:**

Acumulação flexível  
Espaço  
Contradições

**RESUMO:**

As transformações verificadas no novo capitalismo flexível impactaram fortemente os traçados urbanos nas últimas décadas. Entendemos que qualquer recorte espacial precisa considerar sua imbricação numa totalidade orgânica que lhe atribui sentido, assim, o presente texto busca analisar a forma como a acumulação flexível redesenhou o espaço urbano de Vitória da Conquista – BA, servindo de apoio para compreender a amplitude da referida dinâmica.

### ASYMETRIC SPACES IN THE CONTEXT OF FLEXIBLE ACCUMULATION

**ABSTRACT:**

The changes observed in the new flexible capitalism impacted strongly urban layouts in recent decades. We understand that studies about any spatial area need to consider its embeddedness in the organic totality that gives it meaning, thus, this text aims to analyze how the flexible accumulation redesigned the urban area of Vitoria da Conquista - BA, supporting to understand the magnitude of that dynamic.

**KEYWORDS:**

Flexible accumulation  
Space  
Contradictions

### ESPACIOS ASIMÉTRICOS EN EL CONTEXTO DE LA ACUMULACIÓN FLEXIBLE

**PALABRAS CLAVE:**

Acumulación flexible  
Espacio  
Contradiciones

**RESUMEN:**

Los cambios observados en el nuevo capitalismo flexible fuertemente impactados trazados urbanos en las últimas décadas. Entendemos que cualquier área espacial debe tener en cuenta su arraigo en un todo orgánico que le da sentido, bueno, este texto pretende analizar cómo la acumulación flexible rediseñó el área urbana de Vitoria da Conquista - BA, sirviendo de apoyo para entender la magnitud de ese dinámica.

## INTRODUÇÃO

A imbricação das partes no todo dialético, segundo o debate que propomos, é caminho pertinente para análises acerca do tempo e também do espaço. É sabido que na concepção dialética, todo recorte é superficial e serve apenas para viabilizar a operacionalização da pesquisa científica. Seria uma grande negligência considerar a parte isolada como porção satisfatória em si mesma, cujos fenômenos dela advindos se explicasse suficientemente no microcosmos analisado.

Por essa percepção, fica, então, entendido que toda parte está inscrita numa totalidade dialética que necessita ser compreendida para construção de uma pesquisa

montada a partir da organicidade dos fenômenos investigados (KOSIK, 2010). A história, por exemplo, é evidência do que se afirma, pois, se considerarmos determinados recortes temporais como ênfase de estudo, logo, se faz necessária a abordagem da dinâmica que antecedeu o período analisado, com vistas a interpretar coerentemente os fatos concatenados que aportam na configuração do tempo recortado.

Seguindo a mesma linha de análise, podemos supor que o espaço também é reflexo de uma organicidade intrínseca à totalidade dialética, cujo movimento redonda em refrações ao microcosmos estudado. Nesse sentido, ao debruçarmos sobre estudos acerca de um Estado, cidade ou distrito, não podemos perder de vista que o movimento local é reflexo de uma totalidade que lhe atribui sentido.

Assim sendo, esse texto propõe analisar as transformações embutidas num recorte espacial, compreendido a partir de um cenário amplo de mudanças históricas que aportaram no desenho do *lôcus* que avaliamos. Na nossa percepção, as profundas alterações no espaço urbano do município de Vitória da Conquista nesse início de século XXI se associam a marcantes transformações inerentes ao capitalismo global. O setor comercial é evidência do que se afirma: o novo cenário urbano conquistense, marcado por mega-empreendimentos, agregado a novos valores de consumo, se adequou ao “novo” capitalismo flexível<sup>1</sup>, cuja motivação é entendida como parte de num processo predatório de expansionismo de capital e cooptação de micro-negócios a partir de uma perspectiva transnacional do mercado.

## **O ESPAÇO: MARCAS DA CONTRADIÇÃO**

Como mencionado por Lukács (1992, p.125), a divisão social do trabalho no capitalismo se “insinua na alma” de homens e mulheres recrutados por essa organização em prol da acumulação. Assim, implícita na ideia do autor fica a noção de que um dos substratos mais dissimulados da sociedade classista é a interferência nas visões de mundo e perspectivas dos sujeitos acerca de si mesmos e do espaço sociocultural onde estão inscritos. Nessa linha de raciocínio, o capitalismo se torna mais que um sistema organizacional político e econômico, penetrando, inclusive, o mundo de representações comuns de homens e mulheres formados por uma ideologia sincronizada à ideia de consumo.

Partindo desse pressuposto, podemos então deduzir que a organização social contém elementos advindos do capital que se diluem na organização e dinâmica do espaço construído no atual contexto social. Assim, ao contemplar um espaço urbano, por exemplo, tem-se a oportunidade de – excedendo a aparência fetichizada da primeira impressão – associar a dinâmica local a um trâmite global, que numa vinculação dialética, permite compreender os efeitos da organização capitalista num “microcosmo”, ou seja, a imbricação entre as partes e a totalidade dialética.

Por essa razão, é possível afirmar que todo rearranjo da dinâmica espacial, insinuada pela hegemonia do capital, redefiniu o universo simbólico e a subjetividade dos sujeitos – especialmente da classe trabalhadora – que se insere nesse sistema orgânico. O espaço se

---

<sup>1</sup> Foi embasado em Harvey (1993) e Sennet (1999) que acatamos com o conceito do “novo” capitalismo flexível, entendido como arquitetura do capital vigorante num contexto mercadológico inconstante, interconectado a uma dinâmica transnacional e apoiado pela conjuntura neoliberal. Todavia utilizamos o adjetivo “novo” entre aspas para sublinhar que tal “novidade” não implica em “evoluções” ou “melhorias” sociais, mas apenas se refere aos incrementos que garantem a hegemonia burguesa diante de uma realidade econômica cada vez menos rígida.

torna campo de tensões onde se travam lutas de interesses divergentes, muito embora o espaço também revele a prevalência de uma ideologia hegemônica que constrói a dinâmica territorial segundo interesses bastante claros: a acumulação.

A sobrevivência do capitalismo, em suma, depende do investimento na organização e financiamento de infraestruturas adequadas para manter a taxa de crescimento composto. O capital tem de criar um cenário adequado para suas próprias necessidades – uma segunda natureza construída à sua própria imagem – em um dado momento, só para revolucionar a paisagem em um momento posterior, a fim de acomodar uma maior acumulação numa taxa composta (HARVEY, 2011, p. 76).

Destarte, seguindo os caminhos teóricos do presente texto, se torna necessário observar que os incrementos acionados pela dinâmica do capitalismo nessa virada de séculos impactaram decisivamente a organização territorial. Seja a desterritorialização de unidades produtivas das corporações, seja a invasão de grandes transnacionais em espaços urbanos que até então desconheciam logomarcas globais, seja também na remodelagem da dinâmica urbana de muitas cidades que foram atingidas nessa década pela internacionalização do capital. Esse sistema dinâmico globalizado reestruturou o espaço, atingindo diretamente a organização do trabalho.

Notamos para o caso brasileiro, que se num dado momento a desterração significou a expulsão de milhões de camponeses e índios da terra rumo aos centros urbanos, em momento recente a desterritorialização dos trabalhadores proletarizados em geral, mas, sobretudo, urbanos, que expressa a cisão do vínculo empregatício ou perda do emprego, move parte desses trabalhadores ao retorno a terra, sendo, pois, a fração majoritária vagueia de lugar a lugar em busca de novas colocações, sendo que para garantir seu sustento se enquadram em diferentes atividades urbanas, que exprimem formas assalariadas, semi-assalariadas, autônomas, mas todas reunidas no quadro da precarização do trabalho (THOMAS JR., 2006, p. 10).

Quando nos referimos às redefinições espaciais evocadas pelos rearranjos do sistema capitalista que diretamente impacta a classe trabalhadora, não nos tratamos apenas da dicotomia rural/urbana, mas também referimos a toda dispersão da classe trabalhadora em função de medidas como terceirização e pulverização de unidades produtivas, que impactam diretamente a articulação de classe.

Se entendemos, então, que cada forma de trabalho “requer” uma arrumação espacial específica há, por sua vez, uma nítida vinculação entre as reformulações que ocorrem no âmbito do trabalho, passando pelas formas proletarizadas (assalariamento clássico), às formas mais expressivas da subproletarização, tais como o trabalho parcial, temporário, domiciliar, informal, etc. Aprender esse processo por meio da “leitura” geográfica é, antes de tudo, aprender a identificar formas, estabelecer parâmetros de localizá-las territorialmente e desvendar o significado dessa ordenação. (THOMAS JR., 2003, p. 9).

Trata-se de consequências diretas do controle social exercido pelo capitalismo que trincou gravemente a subjetividade do trabalhador. Hoje, falar de um dado espaço urbano, por exemplo, significa também adentrar o mundo de significados que imprimem nesse espaço caracteres advindos de um universo simbólico, capaz de fetichizar, excluir, subordinar

ou aviltar o trabalho humano. Assim, é oportuno lembrar que “reconhecer as marcas territoriais do trabalho e seus significados topológicos na sociedade que vivemos é a chave para identificarmos as contradições, os conteúdos e os sentidos do exercício de dominação dos setores hegemônicos e também as lutas de resistência.” (THOMAS JR., 2003, p. 11).

Ao concordarmos com o viés marxista, que entende o capital como categoria histórica presente no intercâmbio sociometabólico entre o homem e a natureza e os homens entre si, podemos também supor que entender as ofensivas do capital sobre o trabalho solicita uma percepção do contexto histórico. Assim, as mutações da categoria trabalho, em articulação com os múltiplos formatos adquiridos pelo espaço, são, sobretudo, parte de uma análise histórica, derivadas de demandas advindas de um sistema orgânico inscrito num trâmite histórico.

Falar hoje em dispersão de atividades produtivas, na desterritorialização da empresa global, na dissipação dos sindicatos, centralização/descentralização do capital ou na logística do investimento transnacional é falar de um sistema sociometabólico posto na história e materializado no espaço. Aqui o espaço se tornou mais um elemento desenhado para atender a iminente necessidade acumulativa e reprodutiva do capitalismo, logo, tem efeito na subjetivação dos sujeitos inscritos nessa engrenagem.

## ESPAÇOS ASSIMÉTRICOS

É necessário salientar que, ao abordarmos espaço, não podemos concebê-lo como uma estrutura pragmática dissociada de sentidos e representações. Os espaços motivam significados, suscitam identidades e, simultaneamente, constroem por ser o concreto que se “subjetiviza”, por ser matéria e, ao mesmo tempo, abstração; por ser o invólucro de significação icônica.

Assim, viver e transitar numa cidade, afetada pelos novos modelos de acumulação flexível, dilacerada por mega-empresendimentos de capital externo e equalizada ao nexo metropolitano a serviço da acumulação, significa reorganizar a subjetividade presente no mais íntimo dos sujeitos. O espaço se converte em cenário transitório de tempos históricos, sincronizado à dinâmica em curso que, ora se sofisticada pelo poder de fascínio, ora constrange, simplesmente por que os palcos, forjados pelo sistema, são excludentes por natureza.

Estudamos Vitória da Conquista (Bahia), município de 300 mil habitantes, que nesse início de século XXI tem vivenciado um processo acelerado de transformações decorrentes da invasão de empresas com capital externo. Com quase simultaneidade, aportaram mega-empresendimentos no município que alteraram substancialmente o espaço e as relações aqui presentes. Foram redes de *fast-foods*, hiper mercados, *shopping-center*, lojas de departamentos franquizadas que romperam com o caráter interiorano do comércio local, verificado até final do século XX.

A característica local do comércio, administrado por famílias nativas da cidade, que estabeleciam com os fregueses uma relação próxima e de confiança, foi substituída por uma avalanche de “estrangeirismos” que impactaram radicalmente os ramos e as estratégias de venda dos micronegociantes, quando não geraram a falência de muitos. O espaço ratifica o que afirmamos, pois, aqueles pequenos empresendimentos que ocupavam prédios centrais com fachada simples e entrepostos por mercadorias pouco diversificadas, cederam espaço

para edifícios extravagantes, vitrines bem estruturadas, iluminação intensa e marketing altamente meticuloso dos grandes negócios que adentraram a cena.

O poder de coerção dessas lojas se tornou tamanho que promoveu uma marginalização dos micro-empresendimentos, constringendo os proprietários do que agora passou a ser definido como “comércio popular”. A polarização do consumo, realçada pela massificação de mercadorias equalizadas às tendências fugidias do capitalismo globalizado conquistou lugares cada vez maiores, redesenhando radicalmente a silhueta da cidade.

Os espaços mais privilegiados do comércio foram sendo monopolizados por grandes empresas, gerando um encarecimento abrupto do mercado imobiliário e contribuindo para uma concorrência desigual e sufocante para os pequenos negociantes. Numa visão superficial, a cidade parece ter uma aparência metropolitana e cosmopolita, realçada por logomarcas e hábitos de consumo e entretenimento de grandes centros comerciais, porém, num olhar mais minucioso, esse “crescimento” se mostra macrocéfalo e altamente excludente, favorecendo uma minoria e extirpando aqueles que não possuem condições materiais de acompanhar a cruel evolução do capitalismo.

Nesse processo de acirramento da concorrência, para atração do consumidor, os grandes empreendimentos começaram a apelar para componentes culturais locais, tocando questões identitárias para despertar a necessidade de consumo. Passou-se assim a investir no chamado “conceito”, de modo a tornar o consumo de determinados produtos um elemento de identidade cultural em determinados nichos do mercado consumidor, ou seja, a ideia é “para você ser, há que ter”.

Novos *shopping centers* já são planejados para acomodar parques de diversão, complexos gigantescos de cinemas e áreas de alimentação com restaurantes que satisfazem todos os tipos de paladar. A ideia desses novos empreendimentos é atrair mais consumidores ao oferecer conveniência e entretenimento sob o mesmo teto. Hoje, as lojas já não são mais criadas em torno de produtos, mas sim em torno de conceitos. A ideia é apelar para um número cada vez maior de sentidos humanos (HERNANDEZ, 2009, p. 5).

Nesses termos, ocorreu um apelo a aspectos simbólicos, emocionais e estéticos para despertar a fantasia do consumo, tornando essa subjetividade um pressuposto da prática social. Os grandes negócios de capital externo foram muito mais hábeis nesse processo, sob um meticuloso estudo de marketing, no qual as pequenas empresas jamais tiveram acesso. Os micronegócios, portanto, foram empurrados para ramos populares, situando-se em redutos de comércio barato, enquanto as grandes empresas alargam sua influência territorial, alocadas em avenidas ou rodovias, maximizando seu poder de captação de consumo. De modo idêntico, essas empresas de capital externo foram arquitetadas para arrojarem a dinâmica comercial local, mesclando venda com arte e entretenimento, movendo uma infinidade de estímulos sensoriais.

Outro impacto dessas novas formas de organização do capital foi nas relações de trabalho. A princípio é interessante considerar que uma característica clara no setor de serviços é o elevado conteúdo informacional requeridos nos postos de trabalho. Aqui, o trabalhador precisa interpretar as necessidades do cliente, uma vez que a informação, muitas vezes, já encerra a atividade do empregado que, no ramo de serviços (terciário), nem sempre possui um produto, mas tem o processo “de serviço” como meio e fim de sua atuação profissional. Sobre esse tema, Meirelles (2006, p. 12) explica que serviço é “trabalho em

processo, e não o resultado da ação do trabalho; por esta razão elementar, não se produz um serviço, e sim se presta um serviço”.

Assim, pensando nos serviços como ação comunicativa, e pensando também que o processo de reestruturação produtiva atingiu o modelo organizacional das empresas, bem como sua abordagem e estratégia junto ao público consumidor; logo, podemos também supor que tais remodelações por tabela afetaram o perfil de trabalhador aos quais as empresas necessitam. Dessa forma, não é demasiado afirmar que a reestruturação produtiva marca também uma reestrutura de relações de trabalho e vínculos sociais.

Para exemplificar essa afirmativa, os *shopping-centers* são porção emblemática da atual conjuntura expansionista do capitalismo flexível, onde a sofisticação promovida pelo sistema de iluminação, pela arquitetura arrojada e a climatização geram a impressão de que este é um lugar “público”, cuja engenharia soube materializar perfeitamente as necessidades dos cidadãos. A ideia de espaço público no interior dos shoppings falseia o caráter altamente ambicioso do capital privado, que regimenta condutas e exclui, sob uma aparente prosperidade do todo. Os shoppings, portanto, ilustram a materialização da ideologia neoliberal, que ergue os espaços privados como ambientes adequados, capazes de suprir a ação deficitária do Estado.

Com olhos viciados na racionalidade econômica do capital, os gestores dos shopping-centers redesenham cidades e suas praças públicas, recriando-as mais limpas, mais bonitas, mais modernas, mais práticas e mais seguras, de forma que as pessoas sintam mais prazer no mundo artificial “de dentro” que na realidade real “de fora”. Esse prazer provocado artificialmente, mesmo ilusório, acaba por dificultar a tomada de consciência dos conflitos sociais e econômicos, do imperialismo norte-americano, dos riscos trazidos pela globalização e pelo desenvolvimento tecnológico sem limites, da manipulação do “tempo livre” pela via do consumo etc. (PADILHA, 2006, p. 26).

Os shoppings são o protótipo do novo capitalismo, cuja sociedade tem sido calcada no capital privado, sociedade essa fetichizada com a “forma fantasmagórica da mercadoria” (MARX & ENGELS, 2007), e destituída de sentido para além do consumo. O atual cenário demonstra que homens e mulheres se acostumaram com a ideia de consumirem a felicidade, a fantasia, a segurança, em suma, se acostumaram a garantir sua existência pessoal ao se esconderem sob as mercadorias que consomem.

Segundo a Associação Brasileira dos *Shopping-Centers* (ABRASCE), o primeiro *shopping* foi inaugurado no Brasil em 1966 na cidade de São Paulo, e no decorrer do século XX o aumento de unidades foi exponencial. Somente em 2011 foram inaugurados mais de 22 *shoppings* em todo Brasil, no ano de 2012, foram mais 40 *shoppings* e em 2013 mais 30 *shoppings* abertos. Nesse sentido, é possível observar que os *shopping-centers* se tornaram um fenômeno nacional, muito atrelado à dinâmica capitalista registrada nessa virada de século.

Não podemos perder de vista que a acelerada explosão de números de *shopping-center* não é suficiente para compreender a dinâmica econômica desse início de século XXI, mas, quando confrontada com as atuais estratégias de perpetuação do sistema capitalista, permite compreender o processo expansionista dos *shoppings* e das franquias internacionais como fenômeno advindo da ação expansionista do capitalismo.

Simultaneamente ao expansionismo vertiginoso dos *shoppings-centers* no Brasil, também se verificou um aumento considerável no número de empregos diretos e indiretos produzidos dentro desses espaços. A ABRASCE informou que, em média, o número de *shoppings* no Brasil tem dobrado a cada cinco anos, conseqüentemente as relações de trabalho, bem como o perfil específico de trabalhador recrutado por esses ambientes também estão apresentando participação progressivamente maior em todo cenário nacional. É por esse motivo que, quando abordamos o espaço dos *shopping-centers*, não estamos entendendo este como um lugar isoladamente privilegiado pela circulação de mercadorias, mas apontamos o fenômeno expansionista como resultante de uma real transfiguração do capitalismo que vem reorganizando a malha urbana e as relações (de trabalho e sociais) com vistas a atender às características imperialistas do capital no atual contexto.

Nesse contexto, os centros urbanos brasileiros hoje são marcados por bolsões de prosperidade que contrastam com um contingente gigantesco de sujeitos excluídos, fadados a viverem em subúrbios precários sob o estigma da precarização no trabalho. A sensação de prosperidade advinda da multiplicação de grandes redes e franquias nacionais e internacionais inspira a percepção de que essa é uma “prosperidade de todos”, “uma conquista do município”, fato inclusive utilizado pelo poder público como plataforma de campanhas políticas.

A sensação confortável de estar num *shopping* climatizado, com internet *wi-fi* gratuita, envolto pela segurança e amplitude de instalações, serve estrategicamente para encobrir a miséria resultante desse sistema individualista. A máxima do capitalismo tem sido um egoísmo embrutecedor, movido por um materialismo extremado e um individualismo crônico. Qualquer ótica coletivista, nesse contexto, gera estranheza por que o homem, tragado pela ótica do capital, já renunciou a própria existência e aderiu a uma mutilação de caráter aos moldes consumistas.

## CONCLUSÃO

Como debatido, o espaço é também reflexo das contradições advindas do sistema, configurando-se como palco da disputa ideológica estabelecida entre grupos sociais. Nesse raciocínio, pensar em espaço não é dissociá-lo do ser social, mas é, sobretudo, entendê-lo como porção estruturante da subjetividade de homens e mulheres que nele transitam. Representar socialmente um espaço implica em concebê-lo, senti-lo, identificar-se com ele ou constranger-se com sua hostilidade.

O espaço, especialmente urbano, se tornou então composto por cisões, permeado de contradições que naturalmente se esboçam na paisagem contemplada por sujeitos inseridos num cotidiano contraditório. Se, na percepção marxista, o trabalho alienado se torna continuamente estranho ao trabalhador, o espaço também por vezes o é, fato que permite gerar um simultâneo senso de pertença e hostilização que coexistem paradoxalmente: posso me sentir nativo em certa cidade, mas sei que muitos ambientes nela existentes não foram para mim feitos; posso acionar minha identidade como cidadão paulistano, carioca ou soteropolitano, mas sei que o ócio usufruído numa praia ou cinema não está sempre a mim disponível.

O espaço urbano se constituiu arena onde se trava o embate de forças antagônicas, tornando-se fragmentário, ambíguo e antagônico. Constroem-se, portanto, homens-

fragmentados e espaços-fragmentados, todos reféns do metabolismo do capital que dilacera a ontologia do ser social, impondo a alienação como condição primordial à existência em sociedade. Os espaços se tornam então desenhados segundo a racionalidade capitalista, cujo alargamento acompanha a ação expansionista do capital, definindo, assim, os locais produtores e aqueles reservados à exploração.

No cerne do crescimento econômico, surgem bolsões de prosperidade nos espaços urbanos que, simultaneamente, destroçam identidades e impõem novas condições de sobrevivência. Excludente por natureza, o capitalismo vai refazendo os espaços com vistas à sua perpetuação, marginalizando grandes contingentes humanos e disseminando ideologias que penetram a subjetividade dos sujeitos e motivam uma servidão doentia ao consumo.

Por fim, cabe salientar que as contundentes mudanças verificadas em espaços urbanos, nessa virada de séculos, precisam ser vistas para além do seu caráter superficial fetichizado. Tais transformações demarcam um período histórico, realçado pela perpetuação da “ordem” capitalista, que deslumbra pelo seu poder de fascínio e coerção, mas que nas entrelinhas revelam a crueldade advinda da exclusão.

## REFERÊNCIAS

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. Trad. Adail Sobral. São Paulo: Loyola, 1993.

HERNANDEZ, J. M. C. **Foi bom para você? uma comparação do valor hedônico de compras feitas em diferentes tipos de varejistas**. Rev. Adm. Mackenzie (Online) vol.10 no.2 São Paulo Mar./Apr. 2009. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S1678-69712009000200002>. Acesso em 24 de Junho de 2013.

KOSIK, K. **Dialética do concreto**. 2. ed. Trad. Célia Neves e Alderico Toríbio. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

LUCÁKS, G. **Sociologia**. In: NETTO, J. P. Sociologia: Lukács. São Paulo: Ática, 1992.

MARX, K.; ENGELS, F. **A ideologia alemã: crítica da mais recente filosofia alemã em seus representantes Feuerbach, B. Bauer e Stirner, e do socialismo alemão em seus diferentes profetas**. (1845-1846). Tradução: Rubens Enderle, Nélio Schneider e Luciano Cavini Martorano. São Paulo: Boitempo, 2007.

MEIRELLES, D. S. **O conceito de serviço**. In: Rev. Econ. Polit. vol.26 no.1 São Paulo Jan./Mar. 2006. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-31572006000100007>. Acesso em 24 de Junho de 2013.

PADILHA, V. **Shopping center: a catedral das mercadorias**. São Paulo: Boitempo, 2006.

SENNET, R. **A corrosão do caráter: as consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo**. 2. ed. Trad. Marcos Santarita. Rio de Janeiro: Record, 1999.

THOMAS JUNIOR, A. **O mundo do trabalho e as transformações territoriais: os limites da ‘leitura’ geográfica**. Presidente Prudente: UNESP, 2006.

\_\_\_\_\_. **A geografia do mundo do trabalho na viragem do século XXI**. Revista Pegada Eletrônica. Vol. 4. Num. 2. Presidente Prudente: UNESP, 2003.

Recebido em: 08/09/2014

Aprovado para publicação em: 27/12/2014