

O CENTRO TRADICIONAL E PRINCIPAL E AS PRÁTICAS ESPACIAIS EM PRESIDENTE PRUDENTE-SP

Heloísa Mariz Ferreira

Mestranda em Geografia – Unesp/Campus de Presidente Prudente

heloisamariz@gmail.com

RESUMO

Nas últimas décadas, as práticas espaciais têm sido redefinidas, através de mudanças no consumo no/do espaço, no âmbito do papel adquirido pelo consumo na sociedade contemporânea. Concomitantemente, novas áreas centrais emergiram e passaram a competir com o centro tradicional. Inicialmente pela formação de subcentros e desdobramentos do centro, recentemente grandes superfícies comerciais e de serviços impactam cidades em que são implantadas, o que implica em reestruturação das cidades e constituição de cidades policêntricas. Possibilitam intensificação das separações socioespaciais, por estarem voltados a segmentos sociais específicos, que através de diferentes contextos de interação socioespaciais, traçam distintas práticas espaciais de consumo. Em Presidente Prudente, estes empreendimentos foram implantados na década de 1980, mas apesar da constituição de policentralidade e dos impactos disso decorrentes, a concentração de estabelecimentos ainda se mantém no centro tradicional, o que permite denominá-lo de centro principal. Todavia, para melhor compreender dinâmicas de separação socioespacial nos espaços de consumo nesta cidade média, analisamos entrevistas e questionários realizados com cidadãos e observamos que as práticas espaciais de consumo exibem grande diversidade, mas indicam que os segmentos de baixo poder aquisitivo mostram preferência pelo centro, enquanto aqueles de mais alta renda optam por outros espaços.

Palavras-chave: Centralidade; Reestruturação das cidades; Consumo; Presidente Prudente-SP.

THE TRADITIONAL CENTER AND THE PRINCIPAL CENTER AND THE SPATIAL PRACTICES IN PRESIDENTE PRUDENTE-SP

ABSTRACT

In recent decades, the spatial practices have been redefined through changes in consumption on/of space, in a context where consumption plays an important role in the contemporary society. Concomitantly, new central areas emerged and started to compete with the traditional center. Initially due to sub-centers and developments of the center, recently larger commercial surfaces are impact on the cities in which they are implemented, have generated restructuring of the cities and formation of polycentric cities. Imply in the intensification of existing socio-spatial separations, because are directed to specific social segments, which through different contexts of socio-spatial interaction, trace different spatial practices of consumption. In Presidente Prudente, these enterprises start deployed the 1980s, but despite the constitution of polycentricity and the impacts arising therefrom, the concentration of establishments still remains in the traditional center, which allows naming it the main center. However, for better understanding the dynamics of sociospatial separation in consumption spaces in this medium-sized city, we analyzed interviews and

Recebido em 22/04/2015

Aprovado para publicação em 30/09/2015

Artigo resultante de pesquisa de mestrado: 'O centro tradicional e o centro principal nas cidades policêntricas: transformações e permanências em Marília e Presidente Prudente', financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), processo 2013/22479-6.

questionnaires and we noted that spatial practices of their consumption exhibit great diversity, but reveal the low-income segments show a preference for principal center, while the ones of high-income avoid others spaces.

Keywords: Centrality; Restructuration of the cities; Consumption; Presidente Prudente-SP.

INTRODUÇÃO

Presidente Prudente conta, conforme dados do Censo de 2010, produzido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com 203.370 habitantes. Considerada uma cidade média, exibe centralidade interurbana expressiva, capaz de polarizar mais de cinco dezenas de municípios do Sudoeste paulista, menores demograficamente e menos importantes quanto às funções desempenhadas (SPOSITO e GOES, 2013).

No que tange ao seu espaço intraurbano, exibe dinâmicas de reestruturação das cidades desde os anos de 1980, quando processos ligados à emergência de novas áreas centrais tornaram a centralidade intraurbana mais complexa, com rebatimentos no espaço interurbano, o que permitiu redefinições de práticas espaciais e intensificação das separações socioespaciais.

Diante disso, interessamo-nos pelo papel do centro tradicional nas mudanças observadas nas práticas de consumo. Antes, entretanto, de tratarmos destas mudanças, realizamos uma articulação entre produção do espaço, suas dinâmicas recentes e as práticas espaciais, considerando que a redefinição das práticas está inserida no processo maior de produção do espaço urbano.

Posteriormente, conferimos foco ao conceito de práticas espaciais, através da exposição de seu entendimento por alguns autores. Como nosso interesse se faz pelas práticas espaciais ligadas ao consumo, tratamos da sua importância na sociedade contemporânea e os seus rebatimentos sobre o consumo no/do espaço. Ao tratarmos destas práticas na cidade de Presidente Prudente, valemo-nos de entrevistas e questionários com cidadãos residentes em bairros centrais e periféricos, com diferentes níveis de renda.

As entrevistas foram traçadas de modo a contemplar produtos e serviços adquiridos nos últimos anos, suas formas de pagamento, os espaços preferenciais de consumo, os meios de deslocamento, entre outras questões, fundamentais à nossa compreensão das práticas espaciais de consumo de Presidente Prudente. Ao todo, catorze entrevistas foram realizadas.

Os questionários foram aplicados em escolas privadas e da rede pública da cidade, totalizando cento e oitenta e seis. Os questionários também permitiram a análise das práticas espaciais de consumo e consistiu em complemento às informações colhidas por meio das entrevistas.

Os dois procedimentos metodológicos foram realizados por pesquisadores do Projeto Temático 'Lógicas econômicas e práticas espaciais contemporâneas: cidades médias e consumo', do qual fazemos parte.

PROCESSOS E PRÁTICAS ESPACIAIS EM CIDADES MÉDIAS POLICÊNTRICAS

Como produto social, o espaço acompanha o movimento da sociedade, o que o torna, além de social, histórico, porque cada sociedade, em cada período, produz o seu espaço. Neste sentido, o modo de produção capitalista tem, como distinção dos modos anteriores, a produção de um espaço que foi inserido no 'mundo da mercadoria', cujas lógicas e estratégias têm origens, muitas vezes, na escala mundial (LEFEBVRE, 1991).

O espaço é tornado mercadoria, através do estabelecimento da propriedade privada, tida como direito e definidora dos lugares dos indivíduos no espaço, sobretudo a partir da moradia. Uma contradição se faz, então, presente, por meio da apropriação privada da produção social. Os lugares de realização da vida são acessíveis por meio das leis do mercado. Ocorre, neste sentido, a transformação dos cidadãos em usuários e consumidores, distantes da cidade como obra (CARLOS, 2011; 2013).

Estes processos, intensificados, desdobram-se, por sua vez, em processos de segregação socioespacial. Associa-se, de maneira geral, as dimensões social e espacial, na análise do processo de segregação, porque é a partir de arranjos espaciais que dinâmicas ligadas à diferenciação e ao preconceito tomam expressão. Contudo, mesmo que desdobramento do processo de diferenciação, a segregação socioespacial consiste em negação da diferença (SPOSITO, 1996).

Para além da separação dos espaços de moradia, a partir de meados do século XX, adquiriu importância na produção do espaço urbano, processos de separação dos espaços de consumo e, por vezes, do trabalho, a partir dos condomínios empresariais. Tal processo, mais amplo que o de segregação, mesmo que incorporando-o, Sposito (2013) conceitua de fragmentação socioespacial, que se realiza não somente pela separação física, mas pelas práticas espaciais.

Anteriormente restrito às grandes cidades e metrópoles, as dinâmicas mais recentes da produção do espaço urbano em cidades médias exibem tendências do processo de fragmentação socioespacial, em decorrência dos efeitos da emergência de novas áreas centrais, com início especialmente na década de 1980, acompanhados pela difusão do transporte individual (SPOSITO, 2013).

Por outro lado, com início em meados da década de 1970, o processo de reestruturação produtiva gerou efeitos sobre os papéis das cidades na divisão econômica e territorial do trabalho, inclusive às cidades médias, que passaram a exibir funções do setor secundário e terciário, antes restritas às cidades de nível mais elevado na rede urbana. É por meio de novas formas de organização do comércio e de serviços que os capitais nacionais e internacionais, enquanto vetores econômicos da globalização penetram nas cidades médias (SILVA, 2006; SPOSITO, 2011).

A emergência de novos espaços de consumo implica no surgimento de diferentes contextos de interação socioespacial, já que estes espaços são voltados para públicos distintos, e em alterações nas dinâmicas observadas nos centros tradicionais, marcadas pela popularização dos bens e serviços ofertados (SPOSITO, 2013; WHITACKER, 1991). Contudo, há cidades, sobretudo médias, em que o centro tradicional tem permanecido enquanto principal, em função da maior concentração de estabelecimentos comerciais e de serviços, assim como de fluxo de pessoas e veículos. Para compreender a apropriação pelos cidadãos dos espaços de consumo, analisamos entrevistas e questionários realizados com indivíduos da cidade de Presidente Prudente, acerca das suas práticas de consumo e das escolhas dos espaços para a realização das mesmas.

Se as cidades apresentam transformações dos processos socioespaciais e mesmo o surgimento de novos, de maneira articulada, as práticas espaciais de consumo exibem redefinições importantes.

Côrrea (2007) também trata das práticas espaciais e as distingue dos processos espaciais, ainda que não deixe de considera-los articulados. Para o autor, os processos correspondem a forças cujas ações se dão ao longo do tempo e de forma repetitiva, a exemplo do processo de segregação socioespacial. Práticas espaciais implicam em ações pontuais, por agentes, orientados por seus projetos. Quando repetidas e sistemáticas, bem como abrangentes espacialmente, as práticas espaciais transformam-se em processos espaciais.

Os usos e as práticas espaciais são articulados pelo lugar de moradia e, neste sentido, os processos de segregação socioespaciais têm como desdobramento práticas espaciais cindidas. A intensa extensão dos tecidos urbanos e as desiguais condições de mobilidade e acessibilidade dificultam os acessos da cidade entre as áreas centrais e as grandes periferias (CARLOS, 2013).

Mais do que isso, no decorrer do século XX, as práticas espaciais sofreram importantes mudanças, que não mais se restringem aos espaços de moradia, alterações decorrentes dos processos de reestruturação das cidades, através da emergência de novas áreas centrais. Com isso as práticas espaciais tornaram-se mais diversas, em razão da multiplicação dos espaços de interação social, reforçando e ampliando, portanto, processos de separação socioespaciais (SPOSITO, 2013).

Assim, ao abordar as alterações das práticas espaciais em cidades médias marcadas pela policentralidade, Sposito (2011) afirma que até as décadas de 1960 e 1970, a estrutura intraurbana se mostrava monocêntrica, onde os cidadãos de diferentes segmentos socioeconômicos, residentes em diferentes porções das cidades, encontravam-se no centro. Decorrentes de mudanças importantes, vinculadas à intensificação da urbanização e às novas formas de produção do espaço urbano, as estruturas destas cidades se tornaram mais complexas, policêntricas. A expansão mais recente das cidades médias tem sido marcada pela emergência de áreas residenciais fechadas de alto padrão, a partir da década de 1990, uma alteração do conteúdo das periferias urbanas, tipicamente caracterizadas pelos espaços de moradias das famílias mais pobres.

Segundo Sposito (2013), a emergência de novos espaços de consumo e de moradia, atrelada à formação de cidades mais expandidas, só é possível pelas condições técnicas de deslocamento, sobretudo a partir da difusão dos automóveis. A mobilidade dos indivíduos e as condições de acessibilidade entre as porções da cidade são, contudo, distintas e, por isso, incorpora-se uma seletividade nas possibilidades de uso e apropriação da cidade. Os cidadãos inseridos nos segmentos de rendas mais elevadas têm maiores opções de deslocamento pela cidade, condicionado pelos automóveis individuais, e suas práticas espaciais, como apropriação da cidade, mostra-se efetiva ou de acordo com suas vontades e desejos. As práticas espaciais dos segmentos de rendas mais baixas se caracterizam, por outro lado, pelos deslocamentos ainda concentrados no centro tradicional, em decorrência dos preços mais acessíveis de bens e serviços e organização dos transportes coletivos, que ainda privilegiam, de modo geral, esta área da cidade. São dependentes, então, dos transportes coletivos, ainda que tenham feito uso, principalmente nas últimas décadas, das motocicletas e também tenham utilizado os *shopping centers* como espaço de consumo.

Com a implantação de novos espaços de consumo, muitas lojas antes instaladas no centro tradicional se deslocaram para espaços mais modernos e voltados ao seu público alvo, como os *shopping centers*. Por outro lado, mesmo exibindo dinâmicas de expansão, o centro tradicional passou a apresentar uma 'popularização' dos bens e serviços oferecidos, em conformidade com o poder aquisitivo predominante dos consumidores que atrai, cidadãos dos segmentos de baixa renda, muitas das vezes, dependentes do transporte coletivo, organizado tendo como nó de circulação o centro tradicional (WHITACKER, 1991; 1997).

Se as práticas espaciais já se mostravam progressivamente cindidas, impactadas pelos processos de segregação socioespaciais, com a emergência e consolidação dos processos de fragmentação socioespaciais, a separação entre as práticas espaciais se torna mais intensa, porque as interações entre os cidadãos passaram a se dar, cada vez mais, em contextos distintos. Ou seja, processo e práticas espaciais se complementam, atuam conjuntamente nas dinâmicas de produção do espaço urbano.

Mais do que resultado da intensificação de processos de clivagens socioespaciais, a fragmentação socioespacial está atrelada ao papel adquirido pelo consumo na sociedade contemporânea e às alterações não somente do consumo no espaço, mas também do espaço.

No decorrer da história da sociedade, o consumo se mostrou banal, corriqueiro, porque sempre necessário à vida cotidiana. O que diferencia a sociedade contemporânea, dita sociedade de consumo, da anterior, consiste na importância que o consumo apresenta, atualmente, na vida dos indivíduos, tornando-se central e um propósito de suas vidas (BAUMAN, 2008).

Como na prática do consumo, entra em jogo, sobretudo, subjetividades, ganha relevância o papel da comunicação de massa e os interesses de seus agentes, sobretudo no que diz respeito a indústria publicitária, central na organização social e cultural contemporâneas (RETONDAR, 2007).

Este movimento será decisivo sob dois aspectos fundamentais: primeiro porque, ao deslocar o foco da atividade de consumo das propriedades específicas dos bens para outros elementos distintos de seu valor de uso, a publicidade desterra o sentido estritamente utilitário do consumo. Segundo, ao realizar tal operação, a publicidade não apenas lança o consumo num universo essencialmente simbólico como, também, o institui como objeto de

mediação de relações sociais, seja como campo simbólico de lutas sociais através da manutenção e transformação do “status quo”, seja como arena onde passa a se instituir formas específicas de identificação social (RETONDAR, 2007, p. 51).

Além da atividade publicitária direcionada ao consumo, surgida já no século XIX, outra inovação consistiu na loja de departamentos, um resultado, segundo Retondar (2007), da segmentação e racionalização das relações de consumo, mas sobretudo, a materialização da ética pregada pela publicidade. Não restrita à compra de mercadorias, consistiu num espaço de lazer, para se conferir as ‘novidades’.

Diferentes segmentos sociais passaram a realizar suas compras nas grandes lojas de departamentos, localizadas no centro das cidades, portanto, onde era possível o encontro de cidadãos de diferentes segmentos sociais e locais de moradia. Representou, então, um movimento de ruptura - em função de distintas capacidades de consumo - e integração – pelo encontro - entre os indivíduos nas lojas de departamentos, a partir da prática de consumo (RETONDAR, 2007).

Atrelado à constituição de uma sociedade de consumidores estão transformações da acumulação capitalista, através da flexibilização do trabalho e da produção, que possibilitaram o aumento da capacidade produtiva e da variabilidade dos produtos. Se os produtos, na sociedade de consumo, têm importantes significados sociais, a diversificação dos mesmos permite múltiplas experiências, que guardam distintos significados na produção de subjetividades, o que instrumentaliza os indivíduos para a construção e reconstrução de suas identidades (RETONDAR, 2007).

O processo de globalização provocou não somente uma integração econômica, mas também uma difusão de significados culturais, sociais e políticos, ao estar atrelado ao processo de mundialização (CARLOS, 1999; RETONDAR, 2007). As práticas de consumo exibem, então, dupla determinação, a do processo de construção da individualidade e a disseminação cultural provocada pela globalização, não excludentes.

Segundo Carlos (1999), se a produção e o consumo deixaram de obedecer a demandas estritamente utilitárias, em razão da mudança de sentido das mercadorias e dos objetos, ao adquirir um pacote de informações, o espaço também é invadido pelo processo de mercantilização e, por isso, comercializado.

Para além da dimensão do espaço enquanto localização, o espaço articula a dimensão do seu conteúdo, dado pelas relações sociais, o que o torna produto social e histórico. Isto ajuda a explicar as recentes dinâmicas de uma produção do espaço voltada ao consumo, resultantes das transformações nas relações sociais, acima mencionadas. Por outro lado, a materialidade do espaço confere uma dimensão aparente, imerso num conjunto de formas e imagens, que tendem, no momento atual, à homogeneização (CARLOS, 1999).

O consumo no espaço, cuja expressão material consistiu nas áreas centrais, atrelado aos fluxos que geram e de que são derivados, e o consumo do espaço, ligado pela valorização conferida, estão articulados pela relação dialética entre valor de uso e valor de troca (SPOSITO, 2011). “Desta maneira, há possibilidades distintas de se valorar determinadas áreas, pela apropriação, pela representação e pelo consumo do espaço em si” (SPOSITO, 2011, p. 19).

No século XX, ganharam impulso, em diferentes cidades, dinâmicas de concentração e dispersão das atividades ligadas ao comércio e aos serviços, que também expressam processos de diferenciação socioespaciais (SPOSITO, 2011).

[...] Esses processos, notadamente econômico e sociais, assumem tal dimensão pelo consumo de bens e serviços no espaço e pelo consumo do próprio espaço, que lhe é indissociável no período atual, porque são vendidas não apenas mercadorias, mas também os atributos objetivos e subjetivos dos espaços onde elas são vendidas. A centralidade é, assim, reflexo das divisões econômicas (e, portanto, técnicas) e sociais do trabalho (SPOSITO, 2011, p. 19).

De acordo com Pintaui (2010), os espaços de consumo deixam de se restringir, portanto, a meros locais de troca de mercadorias e incorporam também o fascínio pelos significados ligados ao consumo dos produtos, assim como pelo consumo das recentes formas comerciais, sendo o próprio consumo dos espaços elemento fundamental nos processos recentes de reestruturação urbana e das cidades, porque orientador das práticas espaciais.

A partir desta exposição, num contexto de produção do espaço urbano voltada ao consumo, bem como complexificação da centralidade, interessamo-nos pela compreensão da alteração das práticas espaciais ligadas ao consumo, sobretudo no que se refere ao papel do centro tradicional e/ou principal, tendo como recorte territorial a cidade média de Presidente Prudente.

O CENTRO TRADICIONAL E PRINCIPAL DE PRESIDENTE PRUDENTE E AS NOVAS PRÁTICAS ESPACIAIS

Após esta primeira parte do trabalho, de embasamento teórico, vamos tratar de nosso recorte territorial, a cidade de Presidente Prudente, associando às análises das práticas espaciais, o papel do centro tradicional e/ou principal como espaço de consumo, num contexto de uma cidade policêntrica. Para isso, vamos nos valer de entrevistas² e questionários³, para a compreensão das práticas e dados de concentração de estabelecimentos coletados no banco de dados do Cadastro Nacional de Endereços para Fins Estatísticos (CNEFE)⁴, para o entendimento do centro da cidade.

Ao analisar a metrópole de São Paulo, Cordeiro (1980) realiza a distinção entre o **centro tradicional** e **centro principal**. Para a autora, o centro principal é composto do centro tradicional e um centro novo, formado pela expansão daquele. Isso se deu na medida em que surgiram significativas deseconomias no centro tradicional, como o alto e crescente preço da terra; o intenso tráfego; poucas áreas de estacionamento; e escassez de espaço para a ampliação de atividades.

Baseando-nos em Maia (2009; 2012), o centro tradicional consiste naquele que surgiu acompanhando a formação do núcleo urbano da cidade, é o velho centro. Além das mudanças que sofreu, sobretudo nas últimas décadas, num contexto de cidades policêntricas, o centro tradicional contém permanências, onde é possível observar a coexistência de formas materiais ligadas ao passado e feiras livres, combinadas com novos equipamentos e lojas comerciais.

Parece-nos, então, que o centro principal consistiria no centro tradicional somado à sua área de expansão. “O centro principal normalmente corresponde ao centro tradicional e abriga a maior concentração de estabelecimentos comerciais, escritórios e serviços, bem como de empregos, atendendo a um número de pessoas maior do que qualquer outra área da cidade [...]” (MAIA, 2009, p. 176).

De acordo com Whitacker (1997), em Presidente Prudente, o centro tradicional se formou a partir da expansão de atividades comerciais e de serviços que inicialmente, nos primeiros anos de formação da cidade, concentravam-se nas proximidades imediatas da estação ferroviária. Estendendo-se pelas demais quadras, as atividades passaram a ocupar o perímetro formado pelas quatro Avenidas - Brasil, Coronel Marcondes, Manoel Goulart e Washington Luiz, como podemos observar na Figura 1.

Esta área foi, e ainda é, identificada pelo poder público como a principal área central, o que implicou no reforço pelo mesmo e pelo poder privado, através de constantes ações e tomada de medidas que contribuíram para a diferenciação do centro tradicional em relação ao restante da cidade. Tal expansão tem se dado territorialmente, através da refuncionalização imóveis

² As entrevistas foram realizadas por pesquisadores do Projeto Temático ‘Lógicas econômicas e práticas espaciais contemporâneas: cidades médias e consumo’, do qual fazemos parte. Buscou-se atingir oito perfis de cidadãos que apresentassem distintos quanto às características ligadas à faixa etária, gênero, escolaridade e local de residência, dentre outras. No total, foram realizadas em Presidente Prudente, catorze entrevistas.

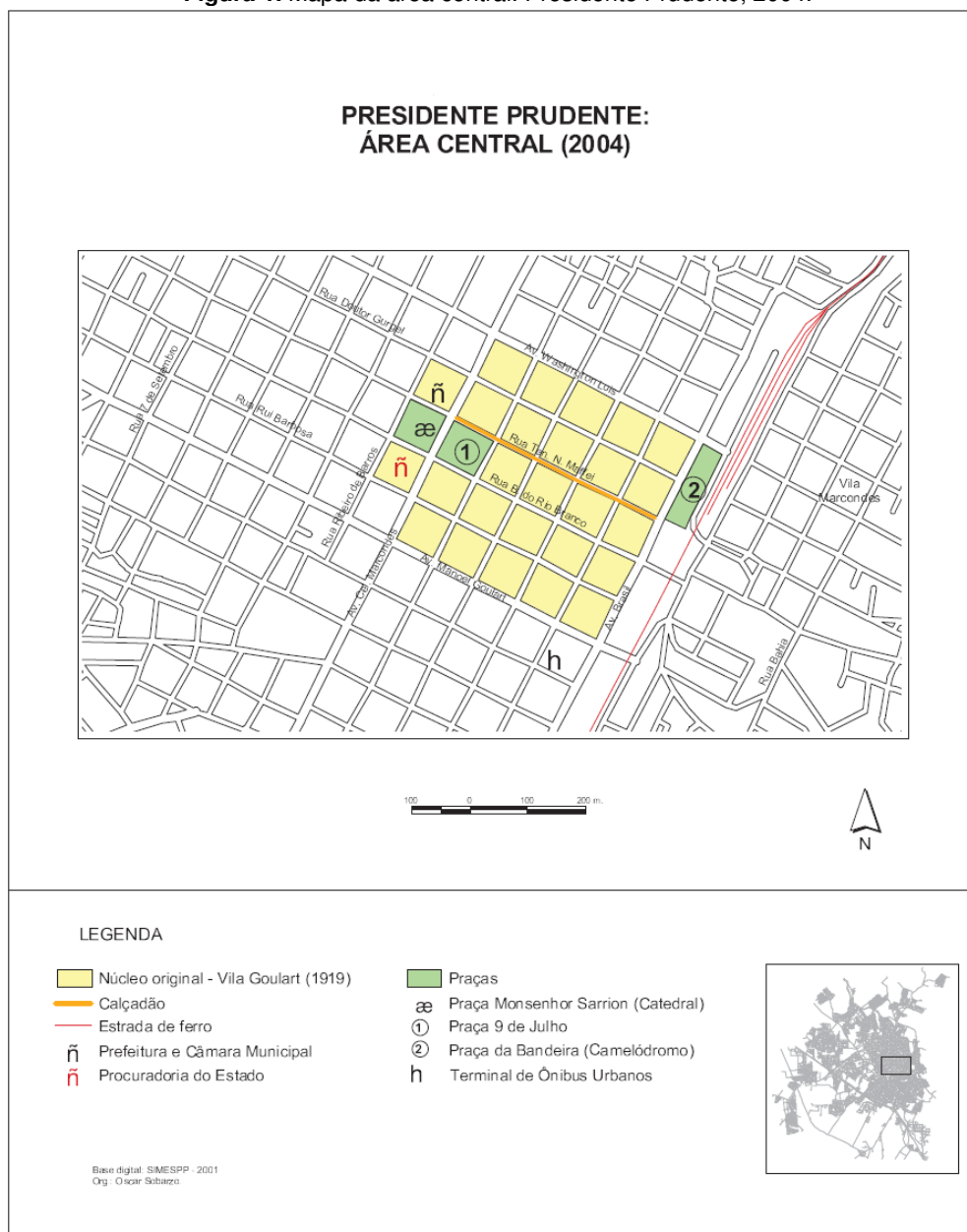
³ Os questionários foram aplicados em escolas privadas e da rede pública de Presidente Prudente, por pesquisadores e estudantes do Projeto Temático, respondidos por 186 alunos.

⁴ O Cadastro Nacional de Endereços para Fins Estatísticos (CNEFE) é um banco de dados produzido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), ao realizar o Censo de 2010.

residenciais, que passam a apresentar uso comercial e de serviços, e pela verticalização (WHITACKER, 1997).

Entretanto, se era possível, até meados dos anos de 1980, associar quase automaticamente o centro tradicional ao principal, em função do seu predomínio sobre subcentros e eixos de desdobramento, áreas subordinadas, a emergência de novas áreas centrais requer análises mais detalhadas, levando em consideração que estas, ao competirem com o centro tradicional, contam com a possibilidade de se tornarem centros principais.

Figura 1. Mapa da área central. Presidente Prudente, 2004.



Fonte: Sobarzo (2005).

Segundo Whitacker (1997), a partir da década de 1980, teve início em Presidente Prudente uma tendência à diminuição da localização de importantes estabelecimentos, como agências bancárias e redes de lojas nacionais, no centro, embora uma monopolização das atividades tenha persistido. Tornou-se questionável, assim, a capacidade do centro tradicional, com suas formas arquitetônicas e 'locus econômico', em atender as necessidades de um novo ciclo de reprodução do capital.

A monopolização do centro tradicional pelo grande capital é algo que se dá enquanto esse lugar responde às “necessidades” de sua reprodução e, no caso em estudo, parece ser mais vantajoso para os segmentos que tendem a monopolizar o acesso/utilização do centro, localizarem-se nessa área onde suas necessidades de reprodução estão garantidas (acessibilidade, proximidade entre si, visibilidade...). Mas ao mesmo tempo que essa concentração garante a reprodução de certas atividades, temos outras que tendem a se realocar fora dessa área, não somente buscando uma clientela diferenciada, mas também afastando-se do próprio “desgaste” do centro (WHITACKER, 1997, p. 159-160).

Conforme Whitacker (1997), a expansão do centro tradicional não cessou e passaram a ocorrer concomitantemente, a expansão do centro e uma crise da centralidade, dinâmicas estas pertencentes aos processos de redefinição do centro e de sua superação. Para o autor, há uma convivência no centro de configurações espaciais incapazes de atender novas necessidades de estruturas sociais mais recentes, favorecendo a constituição de novas centralidades; e o processo de expansão territorial do centro, através do uso de residências para atividades ligadas ao comércio ou aos serviços; ou, então, a formação de cortiços em antigos casarões.

Concernente ao centro tradicional de Presidente Prudente, Whitacker (1997) identifica, então, duas etapas, uma de reafirmação e outra de redefinição, que se expressa por uma ‘crise’ de sua centralidade. A primeira, predominante até os anos de 1970 e 1980, pode ser caracterizada pela concentração de atividades comerciais e de serviços, em função da maior rapidez para a reprodução do capital proporcionada pelo centro tradicional. Já a segunda, impulsionada na década de 1980, mostrou a saturação física e arquitetônica, o que ensejou o crescimento do centro através da expansão territorial; adaptação de imóveis, como mencionamos acima; e verticalização.

Num segundo momento desta mesma etapa, teve início uma especialização das atividades instaladas no centro e a sua expansão mais acelerada, paralela, entretanto, à saída de atividades e à constituição de novas áreas centrais. Em muitas cidades, isso tem se dado pela mudança dos usos e formas pretéritas das áreas próximas ao centro tradicional, que internamente contém modalidades mais recentes de comércio e serviços, muitos dos quais populares, além da presença significativa do uso do solo residencial, sobretudo para os segmentos de alto poder aquisitivo, por meio de grandes edifícios residenciais (WHITACKER, 1997).

Os processos iniciais de desconcentração das atividades comerciais e de serviços deram origem aos subcentros, que podemos caracterizar pela diversidade de estabelecimentos, bem como dos produtos e serviços ofertados, mas em escala menor. Nota-se, contudo, que se trata da conformação de uma hierarquia, cujo topo é ocupado pelo centro tradicional, coeso e centralizador (CORRÊA, 1989; WHITACKER, 1997).

Posterior aos subcentros, ganharam importância os processos de desdobramento do centro, que consistem, conforme Cordeiro (1980), na realocação de atividades tidas como centrais, em direção a áreas não contíguas ao centro tradicional. Para Whitacker (1997), o desdobramento pode envolver também uma especialização das atividades em áreas contínuas ou não à área central tradicional, além de uma especialização socioeconômica. Segundo Sposito (2001), distintamente, os eixos de desdobramento não ocupam uma posição secundária, pois atraem, assim como o centro tradicional, fluxos oriundos de toda a cidade e das cidades próximas. Na cidade de Presidente Prudente, é possível observar este processo na Avenida Washington Luiz, onde ocorre concentração de consultórios médicos e na Avenida Brasil, de estabelecimentos de comércio de peças e reparação de veículos automotores.

Estas dinâmicas têm sido tanto decorrentes quanto condicionadas pelo encarecimento do preço da terra no centro tradicional e da disponibilidade de terrenos mais amplos e baratos em outras áreas da cidade, que receberam aportes de infraestruturas e investimentos, tanto públicos quanto privados; crescimento econômico e demográfico das cidades; extensão dos tecidos urbanos em descontinuidade territorial; pelos novos arranjos territoriais do trabalho, que conferiram novos papéis a muitas cidades, como as médias; e pelo incremento da mobilidade (CORRÊA, 1989; SPOSITO, 2001).

Consistem em processos que geraram uma cidade multicêntrica, marcada pela constituição de **muitas** áreas centrais. Entretanto, sucederam a estas dinâmicas novas lógicas de estruturação do espaço urbano, que embora incorporando-as, ultrapassa as dinâmicas vinculadas à multicentralidade. Correspondem às dinâmicas de proliferação de grandes superfícies comerciais e de serviços, a exemplo dos hipermercados e *shopping centers* (SPOSITO, 2013).

São espaços capazes de atrair consumidores de toda a cidade e das cidades vizinhas, bem como de exibir diversidade de bens e serviços, ocupando um lugar na hierarquia da centralidade intraurbana semelhante à do centro tradicional. Outra característica se refere à distinção que apresenta, em função da sua implantação planejada, realizada por iniciativas de capital de grande porte – muitas das vezes em associação com o poder público -, em curto espaço de tempo, que provocam, de modo intenso, a redefinição da estruturação da cidade. Por fim, como são voltados para públicos de poder aquisitivo específicos, impulsionam processos de segmentação socioespaciais, o que altera as práticas espaciais dos segmentos atendidos e impactam o centro tradicional, que passa a atender predominantemente segmentos sociais de média e baixa renda. Neste sentido, as cidades passam a exibir não apenas muitas, mas também **diferentes** áreas centrais, o que implica na policentralidade (SPOSITO, 2001; 2013).

Neste sentido, as reestruturações das cidades têm gerado impactos sobre as práticas espaciais dos cidadãos, em função do surgimento de novos e múltiplos contextos de interação espacial. As práticas espaciais resultantes contribuem para as dinâmicas de clivagens socioespaciais, já bastante presentes no processo de produção do espaço urbano (SPOSITO, 2011).

Em Presidente Prudente, foram implantados três *shopping centers*. Em 1986 foi inaugurado o *Shopping Center Americanas*, próximo ao Terminal Rodoviário e em torno de 700 m do centro tradicional, a loja âncora à época era as Lojas Americanas. Recentemente, seu nome foi alterado para *Parque Shopping Prudente*, em função da compra do *Shopping Center Americanas* pela empresa General Shopping Brasil, em 2007, e antes mesmo da aquisição a loja âncora era o hipermercado SuperMuffato.

Posteriormente, foi inaugurado o *Prudenshopping* em 1990, mais distante do centro tradicional e sua loja âncora era o Hipermercado Eldorado. Anos mais tarde, foi substituída pela Hipermercado Carrefour. Mais recente, o *Shopping Villa Romana*⁵ foi inaugurado em 2014 e está localizado no centro tradicional, suas dimensões são bem menores que os outros dois antecedentes.

Além destes espaços, na cidade se instalaram hipermercados, cujas vendas se dão no varejo e atacado, como o WalMart, Muffato Max e Makro.

Se os processos de formação de subcentros e eixos de desdobramento foram resultantes das iniciativas dos capitais de pequeno e médio porte, na instalação dos *shopping centers*, estiveram em jogo capitais nacionais, com o apoio do próprio poder público municipal (SPOSITO, 2001).

Apesar da emergência de novas áreas centrais, analisarmos os dados do CNEFE, em relação à distribuição dos estabelecimentos pela cidade de Presidente Prudente, observamos que o centro tradicional se expandiu para além das quatro avenidas e que o espaço resultante se constituiu como aquele de maior concentração de estabelecimentos, o que nos permite afirmar que se trata do centro principal, apesar da reestruturação da cidade exposta acima.

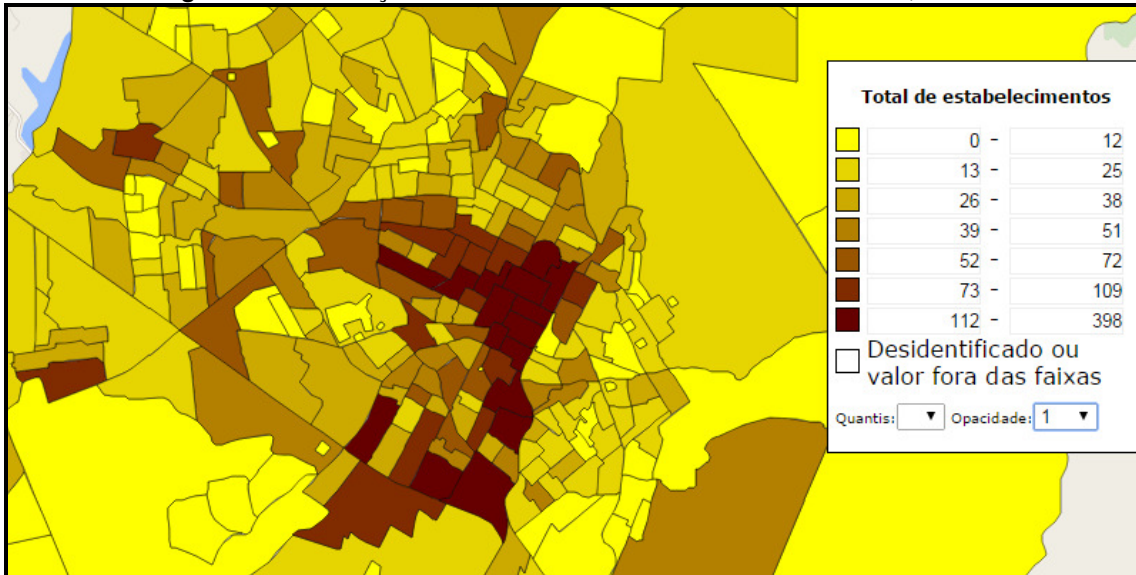
Na Figura 2, podemos visualizar forte concentração de estabelecimentos no centro, mais extensa que nas demais áreas centrais, o que nos permite afirmar se tratar também do **centro principal** de Presidente Prudente.

Entretanto, o centro principal da cidade exibe muitas das dinâmicas de saída de lojas de redes nacionais e internacionais e 'popularização' dos segmentos atendidos e dos produtos e serviços oferecidos (figura 3). A análise das entrevistas e dos questionários permite afirmar que os cidadãos, de um modo geral, frequentam os hipermercados para as compras de alimentos,

⁵ Como as entrevistas realizadas acerca das práticas espaciais ocorreram nos anos de 2012 e 2013, o *Shopping Villa Romana* não foi considerado pelos cidadãos ao discorrerem sobre suas práticas espaciais de consumo.

mesmo que a ida aos pequenos mercados de subcentros, ainda persista. Os depoimentos indicam que em conjunto ao pouco consumo nestes últimos estabelecimentos, ocorrem a baixa utilização das cadernetas⁶, o que nos revela modernização das práticas de consumo, em detrimento daquelas tradicionais, baseadas na proximidade e confiança.

Figura 2. Concentração de estabelecimentos em Presidente Prudente, 2010.



Fonte: CNEFE (2010).

Figura 3. Calçadão da Rua Tenente Nicolau Maffei. Presidente Prudente, 2015.



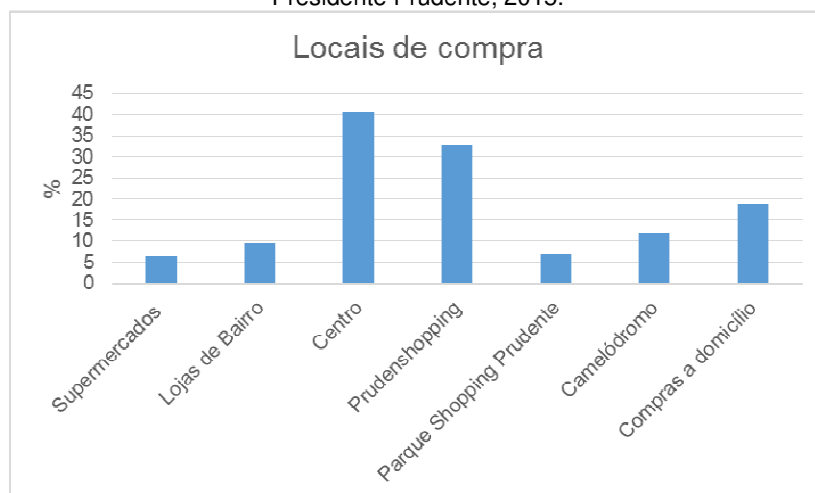
Fonte: Trabalho de Campo, 2015.

No que se refere a outras compras, vestuário e calçados, bem como eletroeletrônicos, notamos diferenças entre o centro principal e outros espaços de consumo da cidade, que são originadas de processos de segmentação socioespaciais (figura 4). Assim, para compra ligada ao vestuário e aos calçados centro é tido como o espaço mais direcionado às camadas populares,

⁶ Tradicionalmente utilizadas para marcar dívidas de clientes, simbólicas de práticas comerciais marcadas pela proximidade e confiança.

aspecto derivado da saída de importantes lojas para novas áreas e concentração da oferta de bens e serviços a estes segmentos de renda.

Figura 4. Gráfico dos espaços de consumo para a aquisição de bens do vestuários e calçados em Presidente Prudente, 2015.



Fonte: Questionários aplicados por pesquisadores do Projeto Temático 'Lógicas econômicas e práticas espaciais contemporâneas: cidades médias e consumo'.

Como podemos observar, a partir da Figura 4, para a compra do vestuário e calçados, os dois principais *shopping centers* exibem importância equivalente ao centro, especialmente o Prudenshopping, onde estão concentradas grifes, assim como filiais e franquias de grandes redes. Por outro lado, no centro tradicional estão lojas populares, como Torra Torra, Patibum e Pernambucanas, voltadas a público de menor poder aquisitivo. Neste sentido, há clara separação socioespacial dos espaços de consumo para a aquisição destes bens.

Morador de bairro periférico, situado já nos limites do município de Presidente Prudente, Roberto⁷, 53 anos de idade, casado, autônomo e com renda familiar de dois salários mínimos⁸ mostra preferência pelo centro da cidade, em comparação aos *shopping centers*.

O entrevistado compra poucas roupas e sapatos, que geralmente são ganhados. Escolhendo igualmente o centro principal como espaço de consumo, sua esposa, distintamente, consome frequentemente estes bens, para ela, filhos e netos, por meio de crediários de lojas no centro da cidade, utilizados também para aquisição de eletrodomésticos.

Muito raramente, os dois frequentam *shopping centers*.

Pesquisador: Você saberia explicar o porquê vocês preferem comprar no centro de Presidente Prudente/SP ou no Super Muffato?

Roberto: Porque geralmente é onde encontramos os produtos mais baratos. Supermercado o Super Muffato é o mais barato. As lojas do centro geralmente são as mais baratas, essas lojas do centro permitem o parcelamento em mais vezes. Por isso compramos nesses estabelecimentos. [...]

Pesquisador: Porque não no Shopping? Já passou pela sua cabeça fazer compras no Shopping?

Roberto: Porque nós temos a ideia que Shopping geralmente é para pessoas mais ricas e como nós não somos ricos, temos até vergonha de frequentar. [...]

Pesquisador: Há algum setor da cidade de Presidente Prudente/SP que você gostaria de frequentar, mas não frequenta?

⁷ Para garantir o sigilo dos entrevistados, não publicamos suas identidades e os nomes aqui utilizados são fictícios.

⁸ Referente ao ano de 2013: R\$678,00.

Roberto: O shopping. Se tivéssemos melhores condições para entrar, passar um tempo lá dentro, tomar um sorvete; comer uma pizza, por exemplo, nós iríamos, nós temos vontade. Não que deixemos de comer, mas nós compramos e levamos para casa.

Na diferenciação entre o centro principal e os novos espaços de consumo, como o *shopping center*, é possível perceber como algumas das escolhas pelo centro principal se dão pela representação do *shopping center* como espaço de consumo demasiadamente distante, socialmente, de seu segmento de renda. Ou seja, as escolhas e práticas espaciais não se dão baseadas apenas nos atributos do centro principal.

No trecho seguinte, referente à entrevista com duas cidadinas, Sofia e sua mãe, também residentes em bairro periférico pobre, é possível identificar informações relevantes, que reforçam as da entrevista anterior. A primeira, desempregada, tem 21 anos e a segunda, com aproximadamente 40 anos de idade, empregada doméstica. Além das duas, a família é composta pelo marido e mais dois filhos; a renda familiar alcança pouco mais de dois salários mínimos⁹.

Para compras semanais e mensais, frequentam o hipermercado SuperMuffato e açougues do bairro, para as diárias. As compras de móveis e eletrodomésticos são realizadas no centro principal, em redes de filiais nacionais, como Romera e Casas Bahia. A família exhibe, entretanto, diferenças importantes de práticas espaciais de consumo, já que alguns conferem maior importância a qualidade e marca dos bens adquiridos.

Pesquisadora: E entre vocês aqui, por exemplo, para ela e o irmão, você acha que mudou um pouco? Vocês já falaram que ele gosta de fazer compra no shopping, mas você não?

Sofia: Eu não gosto muito disso!

Pesquisadora: Por quê?

Sofia: Eu acho essas coisas de rico [risos]... Eu gosto mais do centro, *Torra torra*, estes lugares...

Mãe: Ela é mais humilde [risos].. Ela puxou para o pai dela, e ele para mim, porque eu gosto de comprar mais coisas, coisas boas, que durem mais tempo, se eu tiver duas calças, eu espero acabar para ir lá comprar...

Pesquisadora: Mas e o seu filho?

Mãe: Não, ele gosta de marcas, gosta de ter três ou quatro tênis, roupa e camiseta, ele tem um monte e nem cabe no guarda roupa, porque compramos um menor...

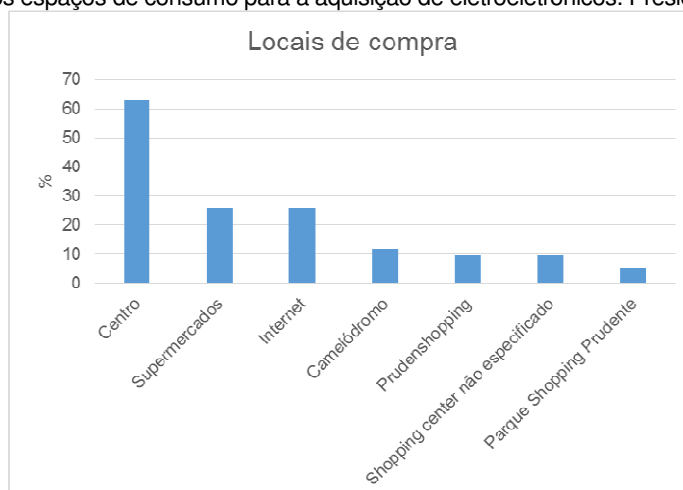
Nesta entrevista, podemos acrescentar que, não isoladamente, os bens e serviços a serem consumidos também orientam as escolhas pelos espaços de consumo. Isso porque as diferentes áreas centrais ofertam, de modo geral, distintos bens e serviços. Assim a opção por bens mais 'simples' e baratos favorece a preferência pelo centro principal, em detrimento do *shopping center*.

As tendências à concentração de bens e serviços populares no centro principal e maior atração dos segmentos de menor poder aquisitivo são dinâmicas que predominam, mescladas com outras, contrárias. Paralelas às primeiras, por exemplo, ocorre o consumo de eletrodomésticos em filiais nacionais do ramo por cidadãos de diferentes segmentos sociais, já que são poucas aquelas que estão também presentes nos dois *shopping centers* da cidade. Além disso, para a aquisição bens e serviços simples os segmentos sociais de alto poder aquisitivo também consomem no centro (figura 5).

Para estes segmentos, contudo, a compra de roupas e calçados são adquiridos, majoritariamente, em *shopping centers*. Vale mencionar que há igualmente aqueles que consomem tanto no centro principal como nos *shoppings centers*, e no que se refere ao primeiro, importantes lojas franqueadas e filiais são lembradas, como Hering, uma franquia de capital nacional.

⁹ Referente ao ano de 2012: R\$622,00.

Figura 5. Gráfico dos espaços de consumo para a aquisição de eletroeletrônicos. Presidente Prudente, 2015.



Fonte: Questionários aplicados por pesquisadores do Projeto Temático 'Lógicas econômicas e práticas espaciais contemporâneas: cidades médias e consumo'.

É pertinente à análise das práticas espaciais ligadas ao consumo, a consideração da importância do transporte utilizado nos deslocamentos pela cidade. Em Presidente Prudente, o transporte coletivo tem a área central como nó da organização de suas linhas, o que facilita aos usuários o deslocamento até o centro. Concentrando fluxo de pessoas e veículos, ao mesmo tempo que conta com poucos espaços para estacionamento, o centro principal tem se mostrado pouco atraente aos cidadãos dos segmentos de média e alta renda, possuidores de automóvel individual.

Na Figura 6, é possível visualizar os intensos fluxos de passageiros do transporte coletivo, originados em bairros distantes da cidade, especialmente aqueles onde residem segmentos de baixo poder aquisitivo, a exemplo dos bairros Brasil Novo, Humberto Salvador e Ana Jacinta.

Com renda familiar de aproximadamente 30 salários mínimos¹⁰, Nazaré, 66 anos, realiza suas compras semanais em supermercados e feiras de verduras e legumes, enquanto as mensais se realizam em super e hipermercados, tendo aqueles que frequenta mais rotineiramente. Quando consome roupas e sapatos, o que segundo a entrevistada, é pouco habitual, vai, sobretudo, aos *shopping centers*, e, em menor medida, no centro principal e em outras cidades.

Entretanto, seus deslocamentos até o centro principal são raros.

Pesquisador: Agora vamos entrar em uma parte, sobre os meios em que você se locomove. Como você faz as compras, é sempre de carro ou a pé?

Nazaré: Via de regra é de carro, pode ser que estou caminhando pela manhã, desvio meu trajeto, passo em alguma avenida e compro alguma coisa pequena, que acabou e precisa comprar na volta da caminhada, geralmente passo na padaria para comprar pão e eventualmente frios, mas em geral é de carro.

Pesquisador: E você combina compras e lazer no mesmo espaço? Por exemplo, está a fim de passear e aproveita e faz compra?

Nazaré: Difícil...

Pesquisador: E as compras e o lazer estão relacionados com o meio de transporte disponível, por exemplo, vou aonde eu posso ir de carro ou preferiria onde eu possa ir a pé?

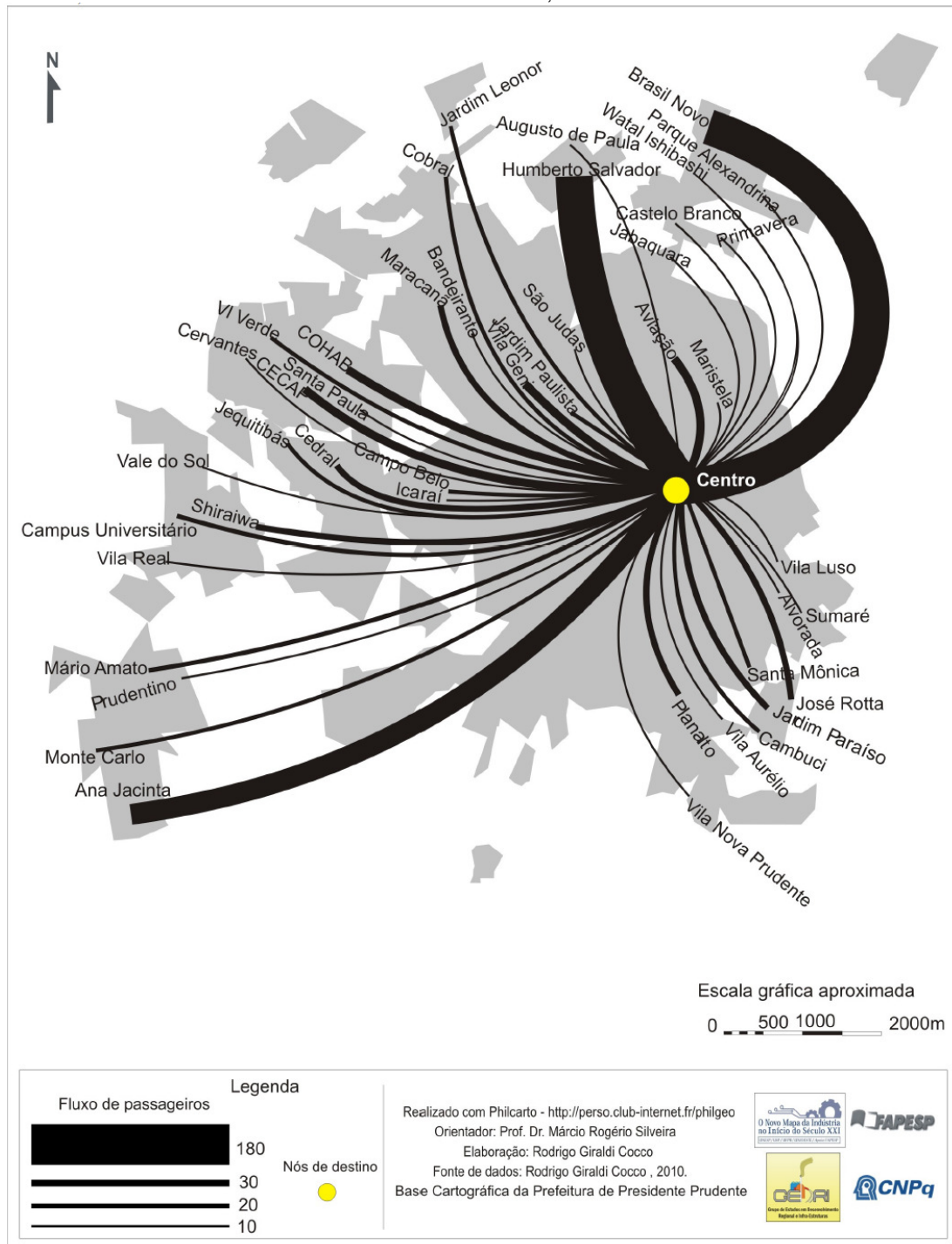
Nazaré: Acaba sendo aonde eu vou, vou de carro, porque o acesso a esses lugares de compra de alimentação, a pé é complicado.

¹⁰ Referente ano de 2012: R\$ 622,00.

Pesquisador: É exatamente a próxima pergunta, há setores da cidade que você gostaria de frequentar, mas não vai porque não consegue chegar de carro e não vai ter lugar para estacionar? Por que você não vai ao centro?

Nazaré: Está cada vez mais difícil de estacionar no centro, nos últimos três ou quatro dias, tivemos que ir à área central, e é penoso estacionar lá, não tem como mesmo. Esta é uma das razões para não circular no centro, a gente vai se afastando de lá, até esquece que tem a opção de fazer as coisas no centro, deixa até de ser uma opção!

Figura 6. Fluxos de passageiros do sistema de transporte público direcionados ao centro principal de Presidente Prudente, 2010.



Fonte: Cocco (2011).

De modo geral, o conjunto das entrevistas demonstrou a existência de condicionantes importantes na definição das práticas espaciais contemporâneas ligadas ao consumo, entre as quais, destacamos que a busca por bens e serviços sofisticados, concentrados nos *shopping centers*; percepção de espaços de consumo apropriados ou não ao seu respectivo nível de renda; e o transporte utilizado para o deslocamento. Embora exista distinções na importância do centro quanto os bens e serviços a serem utilizados.

Neste sentido, os cidadãos dos segmentos de baixa renda optam pelo centro principal em função dos bens e serviços que buscam, mais baratos, e pela inadequação em grandes e modernos espaços de consumo, que acreditam não estar condizentes com seu nível de renda. Já aqueles inclusos nos segmentos de alto e médio poder aquisitivo o evitam, em razão do fluxo intenso de veículos e das dificuldades de estacionamento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da contribuição de autores que trataram do conceito de práticas espaciais, consideramos, em síntese e de modo geral, que as práticas espaciais estão ligadas ao uso e apropriação do espaço, realizadas no tempo curto, do cotidiano e na escala local, da cidade. Diferente, portanto, dos processos, atinentes ao tempo longo. As dinâmicas de produção do espaço urbano se dão tanto pontual quanto processualmente, sendo, então, produção e práticas espaciais fundamentais à análise espacial.

Na esteira das transformações decorrentes do papel assumido pelo consumo nas relações sociais atuais, a produção do espaço urbano tem exibido a emergência de novos espaços de consumo, voltados para públicos de distintos segmentos socioeconômicos, o que implica em conformação de cidades policêntricas e redefinições das práticas espaciais.

À compreensão das práticas espaciais em Presidente Prudente, procuramos articular o entendimento da importância do centro tradicional, na esteira das reestruturações das cidades, cujos papéis são redefinidos. Nesta cidade, o centro tradicional se mostra também enquanto centro principal, como pudemos visualizar pela maior concentração de estabelecimentos.

Identificamos que para a compra de eletroeletrônicos, grande parte dos cidadãos consome no centro principal, mas para a aquisição de bens de vestuários e calçados, a opção pelos *shopping centers* é significativa.

Contudo, ao analisarmos as práticas espaciais de cidadãos de diferentes níveis de renda e bairros de moradia, notamos que o centro principal consiste no espaço de consumo preferencial aos segmentos de baixa renda, enquanto para os de alta e média renda, as entrevistas indicam ser os *shopping centers*, aqueles que oferecem as melhores condições e atrativos para as compras e o lazer, como bom acesso e facilidade de estacionamento. Se a escolha destes consumidores já gerou a diminuição de importância e a sua consequente 'popularização' do centro principal, a opção dos segmentos de baixa renda pelo centro se dá, em certa medida, pela falta de escolha, em função da inadequação nos ambientes de um *shopping center* e a procura de bens e serviços mais baratos.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Z. **Vida para o consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

CARLOS, A.F.A. **A condição espacial**. São Paulo: Contexto, 2011.

_____. A prática espacial urbana como segregação e o "direito à cidade" como horizonte utópico. In: VASCONCELOS, Pedro Almeida; CORRÊA, Roberto Lobato; PINTAUDI, Silvana Maria. **A cidade contemporânea**: segregação socioespacial. São Paulo: Contexto, 2013.

_____. Diferenciação socioespacial. **Cidades**, Presidente Prudente, v. 4. n. 6. 2007, p. 45-60.

_____. **Espaço-tempo na metrópole**. São Paulo: Contexto, 2001.

_____. O consumo do espaço. In: CARLOS, A.F.A. (Org.). **Novos caminhos da geografia**. São Paulo: Contexto, 1999.

COCCO, R.G. **Interações espaciais e sistemas de transporte público**: uma abordagem para Bauru, Marília e Presidente Prudente. 2011. 282f. Dissertação (Mestrado em Geografia), Faculdade de Ciências e Tecnologia – FCT, Unesp, Presidente Prudente, 2011.

CÔRREA, R.L. Corporação, práticas espaciais e gestão do território. **Revista Brasileira de Geografia**, v. 54, n.3, p. 35-41.

_____. Diferenciação sócio-espacial, escala e práticas espaciais. **Cidades**, v. 4, n.6, p. 61-72, 2007.

_____. **O espaço urbano**. São Paulo: Ática, 1989.

CORDEIRO, H.K. **O centro da metrópole paulistana – expansão recente**. São Paulo: USP – IG, 1980.

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

_____. **The production of space**. Malden, MA: Blackwell, 1991.

MAIA, D.S. De cidades tradicionais a centros históricos: o núcleo original e o centro histórico das cidades médias brasileiras. In: SANFELIU, C.B.; SPOSITO, M.E.B. (Org.). **Las ciudades medias o intermedias en un mundo globalizado**. Lleída: Edicions de la Universitat de Lleída, 2009.

ORTIGOZA, S.A.G. **Paisagens do consumo**. São Paulo, Lisboa, Dubai e Seul. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.

RETONDAR, A.M. **Sociedade de consumo, modernidade e globalização**. São Paulo/Campina Grande: Annablume/EDUEFCG, 2007.

SOBARZO MIÑO, O. **Os espaços de sociabilidade segmentada**: a produção do espaço público em Presidente Prudente. 2005. Presidente Prudente, SP: UNESP.

SOUZA, M.L. **Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.

_____. Com o Estado, apesar do Estado, contra o Estado: os movimentos urbanos e suas práticas espaciais, entre a luta institucional e a ação direta. **Cidades**, v.7, n. 11, p. 13-47, 2010.

_____. Da “Diferenciação de Áreas” à “Diferenciação Socioespacial”: A “visão (apenas) de sobrevôo” como uma tradição epistemológica e metodológica limitante. **Cidades**, Presidente Prudente, v. 4. n. 6. 2007, p. 101-114.

SPOSITO, M.E.B. **Lógicas econômicas e práticas espaciais**: cidades médias e consumo. [Projeto Temático], 2011.

_____. Novas formas comerciais e redefinição da centralidade intraurbana. In: _____. (Org.) **Textos e contextos para a leitura geográfica de uma cidade média**. Presidente Prudente: Pós-Graduação em Geografia da FCT/UNESP, 2001.

_____. O centro e as formas de centralidade urbana. **Revista de Geografia**. São Paulo: Unesp, n. 10, 1991.

_____. Reflexões sobre a natureza da segregação socioespacial nas cidades contemporâneas. **Revista de Geografia**, Dourados, n. 4, set-dez, 1996.

_____. Segregação socioespacial e centralidade urbana. In: VASCONCELOS, Pedro Almeida; CORRÊA, Roberto Lobato; PINTAUDI, Silvana Maria. **A cidade contemporânea**: segregação socioespacial. São Paulo: Contexto, 2013.

SPOSITO, M.E.B.; GOES, E.M. **Espaços residenciais fechados e cidades**: insegurança urbana e fragmentação socioespacial. São Paulo: Editora da Unesp, 2013.

WHITACKER, W. **A produção do espaço urbano em Presidente Prudente**: expansão/desdobramento da área central. Presidente Prudente, 1991. Monografia (Bacharelado em Geografia) – Presidente Prudente, SP: UNESP.

_____. **A produção do espaço urbano em Presidente Prudente**: uma discussão sobre a centralidade urbana. Presidente Prudente, 1997. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Presidente Prudente, SP: UNESP.