

**Projeto temático:**  
**Lógicas econômicas e práticas espaciais contemporâneas: cidades médias e consumo**

**Processo de seleção de bolsistas de pós-doutorado**

O Grupo de Pesquisa "Produção do Espaço e Redefinições Regionais" (GASPERR) da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Estadual Paulista (UNESP), câmpus de Presidente Prudente, Brasil, torna público o processo de seleção para **três bolsistas de pós-doutorado** que realizarão suas atividades junto ao projeto temático **LÓGICAS ECONÔMICAS E PRÁTICAS ESPACIAIS CONTEMPORÂNEAS: CIDADES MÉDIAS E CONSUMO**.

Os planos de trabalho propostos para cada uma das três bolsas estão nos Anexos 1, 2 e 3. Os temas a que se referem tais pesquisas são os seguintes:

- |  |
|--|
| <i>1. As redes de eletrodomésticos em seis cidades médias brasileiras: pautas de distribuição espacial, evolução recente e importância do comércio eletrônico.</i> |
| <i>2. Novos padrões de consumo imobiliário e estratégias das empresas incorporadoras em cidades médias: Londrina, Ribeirão Preto e São José do Rio Preto.</i>      |
| <i>3. A sociedade do consumo nas cidades médias brasileiras: os novos hábitos alimentares e seus espaços de consumo.</i>   |

**Informações**

- As bolsas de pós-doutorado serão outorgadas por 24 meses, podendo ser renovadas por mais dois períodos de 12 meses, conforme o desempenho dos bolsistas.
- Os selecionados receberão bolsa no valor de R\$ 5.908,00 mensais (aproximadamente US\$ 2.600,00 ou 1.900,00 €), auxílio instalação e reserva técnica para cobrir despesas diretamente associadas à pesquisa, conforme tabela da FAPESP.
- Para maiores informações, observar os quesitos relativos a bolsas de PD associadas a projetos temáticos em: <http://www.fapesp.br/270.html>.
- Os selecionados deverão residir em Presidente Prudente, estado de São Paulo, e se dedicar integral e exclusivamente à pesquisa.
- Outras informações poderão ser obtidas com as coordenadoras do projeto pelos seus endereços eletrônicos: Maria Encarnação Beltrão Sposito ([mepsposito@gmail.com](mailto:mepsposito@gmail.com)) e Eda Maria Góes ([eda@fct.unesp.br](mailto:eda@fct.unesp.br)).

## **Inscrições**

Os interessados em se inscrever no processo seletivo deverão enviar:

1. A planilha que está no anexo 4 a este edital, preenchida com suas informações.
2. Texto de até 5.000 caracteres (em quadro próprio inserido ao final da planilha do anexo 4) apresentando-se e informando, de modo sucinto, as interfaces entre sua formação, como pesquisador, e o projeto de pesquisa em desenvolvimento (ver resumo no anexo 5 a este edital).
3. *Curriculum Vitae* em formato PDF (extraído da Plataforma Lattes – [www.cnpq.br/lattes](http://www.cnpq.br/lattes), se brasileiros; ter o currículo neste formato não é exigência para candidatos estrangeiros).
4. Arquivo em formato PDF da tese de doutorado ou link para o sítio eletrônico em que ela estiver disponível.

As inscrições deverão ser encaminhadas para o endereço [gasperr@fct.unesp.br](mailto:gasperr@fct.unesp.br), aos cuidados de Renata Sakurai. Os candidatos devem solicitar confirmação, para que tenham a certeza de que a candidatura foi recebida.

## **Processo de seleção**

A seleção dos bolsistas será feita por meio da avaliação de:

- seu histórico de formação como pesquisador (tema e área do mestrado e doutorado; projetos de pesquisa de que participou; publicações; orientações já realizadas, quando houver etc.);
- texto enviado, apresentando-se como candidato à bolsa;
- entrevista realizada pela coordenação do projeto e pelo supervisor do estágio de pós-doutorado, que poderá ser feita por *Skype* para candidatos brasileiros ou estrangeiros que não residam em Presidente Prudente.

## **Calendário**

Inscrições com envio dos documentos pela internet	Até 20 de dezembro de 2013
Período de realização das entrevistas	13 a 15 de janeiro de 2014
Divulgação dos resultados, com classificação dos selecionados	17 de janeiro de 2014
Confirmação do interesse dos candidatos nas bolsas	Até 24 de janeiro de 2014
Chamada de outros classificados, caso algum candidato não confirme interesse na bolsa	A partir de 27 de janeiro de 2014

# Anexo 1

Projeto temático **LÓGICAS ECONÔMICAS E PRÁTICAS ESPACIAIS CONTEMPORÂNEAS: CIDADES MÉDIAS E CONSUMO**

Plano de Trabalho de Bolsista
Bolsa de <b>Pós-Doutorado</b>
Período de vigência: janeiro de 2014 a dezembro de 2015
Supervisor: Eliseu Savério Sposito
<p><u>Título do subprojeto de pesquisa:</u> <b>As redes de eletrodomésticos em seis cidades médias brasileiras: distribuição espacial, evolução recente e importância do comércio eletrônico.</b></p>
<p><u>Resumo:</u> A investigação proposta tem como objetivo principal analisar um dos elementos de maior dinamismo nos últimos anos no comércio brasileiro: a evolução das cadeias de lojas de eletrodomésticos nas seis cidades analisadas no projeto <i>Lógicas Econômicas e Práticas Espaciais Contemporâneas: Cidades Médias e Consumo</i> (FAPESP n. 2011/20155-3), Presidente Prudente, Marília, São Carlos, São José do Rio Preto, Ribeirão Preto e Londrina. Esta proposta se refere àquelas cadeias de capital brasileiro e de maior tamanho e importância. Entre os objetivos do projeto principal está o estudo das mudanças nas pautas de consumo – em particular nos âmbitos urbanos – e com esta investigação se pretende aprofundar dois aspectos: a dinâmica de seis cidades médias e a evolução do ramo comercial de eletrodomésticos nessas cidades. Para isso, propõe-se um enfoque analítico-interpretativo que reúne a revisão bibliográfica, a análise estatística e o uso do trabalho de campo e a entrevista com agentes locais. Como resultado, espera-se obter [i] uma contribuição teórica para o estudo do papel das cidades médias brasileiras e de suas dinâmicas territoriais e [ii] uma avaliação da situação atual do ramo comercial de eletrodomésticos nessas seis cidades e no contexto nacional.</p>
<p><u>Descrição dos objetivos:</u> <b>Objetivo geral:</b> analisar e interpretar as dinâmicas das principais empresas brasileiras nas seis cidades médias das quais se ocupa o projeto <i>Lógicas Econômicas e Práticas Espaciais Contemporâneas: Cidades Médias e Consumo</i>, compreendendo os interesses na evolução e distribuição espacial das lojas e do impacto das vendas por internet sobre seu comportamento. Junto com este objetivo, contemplam-se outros específicos que enfatizam aspectos, nos quais o projeto de investigação proposto tem interesse:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Reforçar a investigação científica em desenvolvimento no projeto <i>Lógicas Econômicas e Práticas Espaciais Contemporâneas: Cidades Médias e Consumo</i> aportando novas perspectivas a ele.</li><li>2. Analisar o comportamento de ramos comerciais muito dinâmicos (como é o caso do ramo dos eletrodomésticos) sobre o consumo na cidade.</li><li>3. Analisar o impacto quanto ao emprego e criação de riqueza dessas cadeias na área de estudo.</li><li>4. Finalmente, analisar as mudanças que ocorrem neste ramo comercial como consequência de vários processos, que revelam novos arranjos em decorrência das relações entre consumo presencial e consumo pela internet.</li></ol>

Plano de Trabalho com Metodologia:

- 1) Levantamento bibliográfico sobre o tema e leituras, após a seleção das palavras chave centrais, para o desenvolvimento da pesquisa;
- 2) Montagem de uma lista com as empresas voltadas ao consumo produtivo, diferenciando-as entre aquelas ligadas ao setor industrial ou ao setor dos agronegócios;
- 3) Verificação nos *sites* das empresas das cidades, buscando verificar o ano das implantações e a localização urbana delas;
- 4) Complementação das informações por telefone, correio eletrônico ou tradicional;
- 5) Sistematização das informações, em quadros e tabelas, organizando-os segundo tamanho populacional das cidades, condição de capital regional ou não, pertencimento a aglomeração metropolitana ou não;
- 6) Busca complementar das informações de localização pelo *Google Earth*, por meio de metodologia já elaborada pela equipe que desenvolve o projeto temático;
- 7) Representação cartográfica dos dados na escala da rede urbana e na escala das seis cidades estudadas;
- 8) Análise das lógicas espaciais, procurando distinguir as empresas, segundo os critérios utilizados para a sistematização das informações;
- 9) Participação nas reuniões de trabalho da equipe e nos *workshops* que ocorrerão durante o desenvolvimento da pesquisa a que se associa esta solicitação;
- 10) Apresentação dos resultados parciais e finais da pesquisa em anais de eventos científicos nacionais e internacionais, bem como em periódicos científicos bem avaliados.

Cronograma:

Atividades	Jan a jun de 2014	Jul a dez de 2014	Jan a jun de 2015	Ago a dez de 2015
1	X	X	X	X
2	X			
3	X	X		
4		X		
5		X	X	
6			X	
7			X	X
8			X	X
9	X	X	X	X
10		X		X

Resultados previstos:

- A) Produção de dados primários a serem inseridos na plataforma de informações da pesquisa, de modo a subsidiar as pesquisas de outros membros da equipe;
- B) Organização cartográfica das informações, por meio da produção de mapas de localização e cartogramas com a análise dos dados levantados;
- C) Publicação de dois trabalhos completos em anais de eventos científicos e de, ao menos, um artigo em periódico científico.

## Anexo 2

Projeto temático **LÓGICAS ECONÔMICAS E PRÁTICAS SOCIOESPACIAIS CONTEMPORÂNEAS:  
CIDADES MÉDIAS E CONSUMO**

Plano de Trabalho de Bolsista
Bolsa de <b>Pós-Doutorado</b>
Período de vigência: março de 2015 a fevereiro de 2017
Supervisor: Everaldo Santos Melazzo
<b>Título do subprojeto de pesquisa: <u>Novos padrões do consumo imobiliário e estratégias das empresas incorporadoras em cidades médias: uma análise a partir de Londrina, São José do Rio Preto e Ribeirão Preto</u></b>
<p><u>Resumo:</u></p> <p>A moradia é considerada um bem básico e indispensável para a vida na cidade e, no Brasil, para os estratos de renda médios e baixos, a residência é, normalmente, o maior investimento realizado por uma família ao longo de sua vida. Somado a isso, o bem imobiliário adquire características muito particulares, pois demanda uma determinada localização, que por sua vez é irreprodutível, sendo resultado das ações contínuas de estruturação do espaço urbano.</p> <p>O mercado imobiliário, sintetizado pelas ações dos agentes imobiliários, em particular o capital da incorporação, age constantemente na criação de novos produtos, e conseqüentemente de novos espaços, com vários diferenciais de acordo com seu público alvo. É um setor que se apropria cada vez mais da propaganda como forma de garantir o sucesso de seus empreendimentos, promovendo a disseminação de um discurso em que são referenciados padrões ótimos de qualidade de vida, relacionado principalmente à segurança, contato com o meio ambiente, convivência familiar etc.</p> <p>No atual cenário econômico do país, as empresas incorporadoras atravessam um período de intensa produção e comercialização de residências, motivado em especial pela grande oferta de crédito imobiliário, em que o Estado é o principal promotor. Em decorrência disto, novas faixas de consumidores têm sido incorporadas ao mercado, promovendo uma maior diversificação dos lançamentos. Além do crédito abundante, um fator que tem reestruturado a organização destas empresas e sua atuação em meio às cidades, aumentando a complexidade de tais processos, é a abertura de seus capitais no mercado de ações, articulando tal problemática a outras escalas geográficas que não apenas a local.</p> <p>A partir de tais condicionantes mais gerais, o presente subprojeto de pesquisa busca referenciar e analisar o panorama sintetizado acima, focando a realidade de três cidades médias (Londrina, São José do Rio Preto e Ribeirão Preto), que apresentam uma série de características particulares em relação aos espaços metropolitanos, demandando maior atenção e pesquisa, conforme a proposta do projeto maior no qual este se encontra inserido, a respeito dos novos processos de produção e consumo do espaço urbano.</p>
<p><u>Descrição dos objetivos:</u></p> <p>1) Estudar novos lançamentos imobiliários, entre condomínios de apartamentos e loteamentos fechados, buscando identificar alguns dos atuais padrões de consumo</p>

imobiliário nas cidades médias;

- 2) Elencar entre duas e cinco grandes incorporadoras, de origem externa à cidade, com capital aberto na bolsa, verificando suas estratégias de atuação econômica e espacial;
- 3) No mesmo sentido, elencar entre dois e cinco agentes imobiliários de origem e atuação estritamente local, verificando suas estratégias de atuação econômica e na cidade;
- 4) Analisar a relação entre a ação dos agentes incorporadores e as práticas de consumo de determinadas faixas de consumidores, bem como seu reflexo em meio ao espaço urbano das três cidades a serem estudadas.

#### Plano de Trabalho com Metodologia:

- 1) Levantamento bibliográfico sobre o tema e leituras, após a seleção das palavras-chave centrais, para o desenvolvimento da pesquisa;
- 2) Seleção dos agentes econômicos/agentes incorporadoras a serem analisados, elaboração de roteiro semiestruturado de entrevistas;
- 3) Levantamento e análise de informações sobre aprovação de projetos, lançamentos imobiliários e aprovação de loteamentos (e suas características básicas), bem como da legislação urbanística completa, junto a cada Prefeitura Municipal;
- 4) Realização de trabalho de campo nas três cidades e delimitação das áreas que serão foco da análise;
- 5) Desenvolvimento da metodologia da pesquisa, em consonância com a metodologia do projeto temático ao qual ela se vincula;
- 6) Levantamento de materiais publicitários, entre outros, que apresentem as características dos lançamentos imobiliários;
- 7) Análise do discurso empregado nas peças publicitárias, bem como os segmentos de consumo ao qual são destinados os produtos;
- 8) Levantamento de dados e informações sobre as empresas incorporadoras, incluindo sua movimentação na bolsa de valores;
- 9) Realização de novo trabalho de campo, com entrevistas direcionadas a profissionais envolvidos com a comercialização dos produtos imobiliários e com pessoas diretamente relacionadas aos agentes;
- 10) Transcrição das entrevistas e seleção de trechos, segundo os temas de análise;
- 11) Mapeamento das informações levantadas, buscando identificar as novas práticas socioespaciais decorrentes do consumo imobiliário em cidades médias;
- 12) Inserção de dados quantitativo, qualitativos e espaciais na PGIG da pesquisa;
- 13) Análise do material à luz da bibliografia e dos conceitos selecionados como centrais para a pesquisa;
- 14) Participação das reuniões da equipe da pesquisa e nos workshops;
- 15) Apresentação dos resultados parciais e finais da pesquisa em anais de eventos científicos nacionais e internacionais, bem como em periódicos científicos bem avaliados.

Cronograma:

atividades	Mar a ago de 2015	Set de 2015 a fev de 2016	Mar a ago de 2016	Set de 2016 a fev de 2017
1	X	X	X	X
2	X			
		X		
3	X			
4	X			
5		X		
6		X		
7		X		
8		X	X	
9		X	X	
10			X	X
11	X	X	X	X
12			X	X
13	X	X	X	X
14			X	X
15			X	
16			X	X
17				X
18				X

Resultados previstos:

- D) Publicação de três textos completos em anais de eventos científicos.
- E) Publicação de um artigo científico em periódico de reconhecida importância.
- F) Publicação de um capítulo de livro em coletânea com os resultados da pesquisa temática.

## Anexo 3

Projeto temático **LÓGICAS ECONÔMICAS E PRÁTICAS ESPACIAIS CONTEMPORÂNEAS: CIDADES MÉDIAS E CONSUMO**

Plano de Trabalho de Bolsista
Bolsa de <b>Pós-Doutorado</b>
Período de vigência: Janeiro de 2014 a dezembro de 2015
Supervisora: Maria Encarnação Beltrão Sposito
<b>Título do subprojeto de pesquisa: A Sociedade do Consumo nas Cidades Médias Brasileiras: os novos hábitos alimentares e seus espaços de consumo</b>
<p><u>Resumo:</u></p> <p>A sociedade contemporânea é considerada uma sociedade de consumo. Qual o significado dessa adjetivação? Como o entendimento do consumo e da sua dinâmica possibilita à ciência geográfica elucidar as práticas espaciais contemporâneas? Responder essas duas questões é o intuito da investigação proposta por este plano de pesquisa.</p> <p>O fato é que aquilo que se consome, seja enquanto necessidade básica ou supérflua, revela as matizes econômicas e culturais, que se delineiam no âmbito da sociedade. Estas matizes, por sua vez, constroem coletividades (se preferir grupos de consumidores) que fazem escolhas das áreas citadinas onde podem ou devem consumir. Não obstante, os locais de consumo são edificadas na cidade a partir das estratégias de localização, que são distintas e diversas aos finitos tipos de estabelecimentos comerciais.</p> <p>Geralmente, a escolha da localização do estabelecimento evidencia as condições de acessibilidade a determinadas áreas do espaço intraurbano, enquanto que, ao optar por onde consumir, o consumidor sinaliza suas condições de mobilidade. As duas escolhas desvelam práticas espaciais que simultaneamente produzem e consomem espaço urbano e são resultado da experiência do espaço percebido; bem como guardam em si outras determinações.</p> <p>Dessa maneira, o consumo do espaço dispõe um encadeamento de outros consumos. Consumir é um ato constante em qualquer sociedade e a satisfação das necessidades e desejos, uma ordem contemporânea. Dentre todas as modalidades de consumo, o alimentar demanda práticas cotidianas e se constitui como o mais complexo, dada a peculiaridade na distribuição e perecibilidade de alguns produtos, pela diversidade na oferta e formas de comercialização.</p> <p>A irrevogabilidade do consumo alimentar combinada com mudanças no mundo do trabalho, no ritmo de vida nas cidades e no aumento de poder de compra das classes C e D das cidades médias brasileiras podem justificar o aumento na oferta de produtos e na disseminação de estabelecimentos que comercializam produtos alimentícios.</p> <p>Pretendemos compreender os tipos de estabelecimentos que surgem, suas demandas e seus efeitos de disseminação na reestruturação de cidades, bem como seu papel na conformação de novos espaços de consumo. Por outro lado, esta pesquisa pode contribuir para entender que práticas de segregação são induzidas pelos padrões construtivos dos estabelecimentos, suas escolhas locais e outras estratégias de fortalecimento do consumo que colocam em pauta. Para isso, a pesquisa terá como foco cinco cidades paulistas (Marília, Presidente Prudente, São José do Rio Preto, São Carlos e Ribeirão Preto) e uma cidade paranaense</p>



(Londrina), para fins de uma análise comparativa.

Descrição dos objetivos:

- 1) Estudar as teorias econômicas, sociais e históricas que versam sobre o consumo em suas diversas modalidades, com o intuito de sistematizar um conhecimento geográfico acerca deste tema que seja capaz de oferecer elementos ao entendimento de seu papel nas práticas espaciais que definem e revelam novos espaços de consumo na cidade;
- 2) Averiguar as transformações nos padrões alimentares da população brasileira dada pela diversidade de produtos alimentícios no mercado e aumento da sua renda;
- 3) Identificar os espaços de consumo de produtos alimentícios nas cidades estudadas pelo projeto temático, diferenciá-los pelo seu *target* e localização na cidade, com o propósito de distinguir e evidenciar as diferentes maneiras de comercializar os produtos alimentícios para analisar como os “programas de necessidades” dos estabelecimentos comerciais e de serviços alimentares disseminam uma tendência à standardização nos novos espaços de consumo, influenciam na concretização de novos hábitos de consumo alimentares e se modificam na cidade, conforme o nível de renda e a capacidade cognitiva de seu *target*.

Plano de Trabalho com Metodologia:

- 1) Levantamento e análise da bibliografia a partir de diferentes fontes de divulgação do conhecimento científico (periódico, livros, teses, revistas, documentários) da geografia, história, sociologia, economia, arquitetura e nutrição;
- 2) Pesquisa em instituições brasileiras que oferecem dados sobre a disponibilidade alimentar do brasileiro e definir quais variáveis serão trabalhadas;
- 3) Realização de trabalho de campo nas cidades para reconhecimento, identificação e delimitação dos estabelecimentos comerciais de produtos alimentícios (supermercados, quitandas, *rotisserie*, restaurantes, *fast-food*) que serão foco da análise;
- 4) Construção de um SIG para cada uma das seis cidades;
- 5) Desenvolvimento da metodologia da pesquisa, em consonância com a metodologia do projeto temático ao qual ela se vincula;
- 6) Realização das entrevistas nas seis cidades em análise, junto ao empresário e/ou responsável pelo estabelecimento, aos clientes e aos técnicos do projeto arquitetônico do mesmo;
- 7) Levantamento final das variáveis em campo;
- 8) Análise das entrevistas, seleção das variáveis e estruturação do formal analítico das mesmas (tabelas, quadros, gráficos etc.);
- 9) Elaboração de cartogramas e mapeamento das variáveis, a fim de analisar a localização dos estabelecimentos ao longo dos últimos cinco anos;
- 10) Análise comparativa dos dados e informações levantados para o conjunto das seis cidades, buscando refletir a dinâmica do consumo à luz dos hábitos alimentares.
- 11) Análise do material a partir da bibliografia e dos conceitos selecionados como centrais para a pesquisa, oriundos de realidades de outros países e continentes;
- 12) Participação nas reuniões da equipe da pesquisa e nos workshops a serem realizados;
- 13) Apresentação dos resultados parciais em dois eventos nacionais;
- 14) Redação do relatório final;
- 15) Apresentação dos resultados da pesquisa em um evento internacional;
- 16) Publicação de um artigo em periódico de reconhecida importância;

17) Publicação de um capítulo de livro em coletânea com os resultados da pesquisa temática.

Cronograma:

Atividades	Jan a Jun de 2014	Jul a Dez de 2014	Jan a Jun de 2014	Jul a Dez de 2015
1	X			
2	X			
3	X			
4	X			
5		X		
6		X		
7		X		
8		X		
9			X	
10			X	
11			X	
12			X	
13	X	X	X	X
14		X	X	X
15				X
16				X
17				X
18				X

Resultados previstos:

- G) Elaboração de relatórios de pesquisa.
- H) Publicação de três textos completos em anais de eventos científicos.
- I) Publicação de um artigo científico em periódico de reconhecida importância.
- J) Publicação de um capítulo de livro em coletânea com os resultados da pesquisa temática.

## Anexo 4

<b>Projeto temático:</b> <b>Lógicas econômicas e práticas espaciais contemporâneas: cidades médias e consumo</b>  <b><u>Processo de seleção de bolsistas de pós-doutorado</u></b>  <b><u>Ficha de inscrição</u></b>	
Nome do candidato	
Endereço residencial completo	
Endereço eletrônico	
Telefones para contato	
Tese de doutorado: ( ) PDF anexo ( ) link para download:	
Assinalar com um 'x', no campo em azul, o(s) projeto(s) para o qual se candidata. Caso tenha perfil ou interesse em mais de uma proposta, favor assinalá-las.	
<input type="checkbox"/>	<i>As redes de eletrodomésticos em seis cidades médias brasileiras: pautas de distribuição espacial, evolução recente e importância do comércio eletrônico.</i>
<input type="checkbox"/>	<i>Novos padrões de consumo imobiliário e estratégias das empresas incorporadoras em cidades médias: Londrina, Ribeirão Preto e São José do Rio Preto.</i>
<input type="checkbox"/>	<i>A sociedade do consumo nas cidades médias brasileiras: os novos hábitos alimentares e seus espaços de consumo.</i>
Texto de até 5.000 caracteres, em que o candidato apresenta-se e informa, de modo sucinto, as interfaces entre sua formação, como pesquisador, e o projeto de pesquisa em desenvolvimento.	

## Anexo 5

### **Projeto temático:**

### **Lógicas econômicas e práticas espaciais contemporâneas: cidades médias e consumo**

#### **Resumo**

Este projeto de pesquisa tem como eixo central estudar as relações entre reestruturação urbana e reestruturação da cidade, tomando-se como referência o consumo, que será analisado segundo três planos analíticos: 1) as NOVAS LÓGICAS DE LOCALIZAÇÃO DAS EMPRESAS, desenvolvidas como estratégias dos agentes econômicos, orientadas pela ampliação e pela diversificação do consumo, geram NOVAS PRÁTICAS ESPACIAIS, entre os que se apropriam do espaço urbano; 2) essas práticas, tanto quanto essas lógicas, redefinem o processo de estruturação urbana, promovem REESTRUTURAÇÃO URBANA e inserem as redes urbanas em escalas mais abrangentes, revelando uma divisão interurbana do trabalho mais complexa, bem como expressam vetores do processo mais amplo de mundialização da economia e de globalização dos valores; 3) elas reorientam o processo de estruturação dos espaços urbanos, podendo-se reconhecer uma REESTRUTURAÇÃO DAS CIDADES, expressando uma nova divisão econômica e social do espaço, que revela aprofundamento das desigualdades socioespaciais, tanto quanto reconstitui as diferenças socioespaciais, agora orientadas, sobretudo, pelas novas formas de consumo. Para esta proposta de pesquisa, esses três planos analíticos só ganham sentido em suas articulações, de modo a se contemplar, na análise, as condicionantes subjetivas e as objetivas, as dimensões sociais e as econômicas. As práticas espaciais e as lógicas econômicas são tomadas, neste projeto, como possibilidades de se fazer a leitura das transformações urbanas e das cidades, sendo este o foco central da análise. O consumo é considerado como o meio a partir do qual as práticas e as lógicas podem ser apreendidas no período atual, razão pela qual ele foi eleito como importante para esta pesquisa, ainda que não seja ele o objeto de nossa investigação. O ponto de vista que justifica tomar o consumo como um caminho para compreender as práticas e as lógicas está fortemente apoiado nas ideias de Alain Bourdin, para quem o consumo mudou de intensidade e conteúdo, bem como de status, conformando o mundo e se associando à tendência de individualização da experiência e aos processos de diferenciação.