



III COLÓQUIO [INTER] NACIONAL  
Sobre o comércio e cidade: uma relação de origem

## **Centralidade e vitalidade como qualidades das redes de galerias comerciais e de calçadas dos centros de Juiz de Fora (Brasil) e de Buenos Aires (Argentina)**

**BRAIDA, Frederico** – fbraid@hotmai.com

Mestre em Urbanismo – UFRJ; Mestre e Doutorando em Design – PUC-Rio.

Professor Assistente do Curso de Arquitetura e Urbanismo – CES/JF.

### **Indicação temática:**

Espaço urbano e as atividades de comércio e serviços varejistas

### **Resumo**

Este artigo é resultado de uma pesquisa que teve por objeto de estudo a dinâmica das galerias comerciais e dos calçados nos centros de Juiz de Fora (Brasil) e de Buenos Aires (Argentina). Por meio de uma abordagem teórico-empírica, identificamos, nos centros das cidades investigadas, a formação de uma rede de passagens que, por suas características funcional e morfológica, potencializa a qualidade da área central e amplia os fluxos. Objetivamos, com este artigo, apresentar algumas conclusões esboçadas em nossa pesquisa e, para tato, resgatamos a discussão sobre a centralidade e a vitalidade urbana associada ao debate da relevância das atividades comercial e serviços varejistas nos centros das cidades.

**Palavras-chave:** Galerias comerciais. Calçados. Centralidade. Vitalidade. Juiz de Fora, Brasil. Buenos Aires, Argentina.



## **Centralidade e vitalidade como qualidades das redes de galerias comerciais e de calçadas dos centros de Juiz de Fora (Brasil) e de Buenos Aires (Argentina)**

*Ora, cada tipo urbano propôs e realizou uma centralidade específica.*  
Lefebvre (2004, p.129)

*Cidades com vitalidade têm maravilhosas e inatas habilidades para compreender, comunicar, arquitetar e inventar o que for preciso...*  
Jacobs (1961, apud Johnson, 2003, p.38)

### **1. Introdução**

Este artigo é resultado de uma pesquisa que teve por objeto de estudo a dinâmica das galerias comerciais e dos calçados nos centros de Juiz de Fora (Brasil) e de Buenos Aires (Argentina)<sup>1</sup>. Na investigação, partimos de um referencial teórico que nos permitiu compreender as conexões dessas ruas de pedestres como uma rede de passagens que se redefine em compasso com a dinâmica espaço-temporal das cidades. Por meio de uma abordagem teórico-empírica, identificamos, nos centros de Juiz de Fora e de Buenos Aires, a formação de uma rede de galerias e calçados fortemente articulada com os elementos da sintaxe urbana e, ao final, ratificamos a nossa hipótese e concluímos que as passagens em rede, sobretudo nos centros das cidades latinoamericanas, têm contribuído para a manutenção dos fenômenos da centralidade e da vitalidade urbanas. São justamente essas conclusões que apresentaremos neste trabalho.

Ao longo da pesquisa, fomos diagnosticando que as redes de galerias e de calçados estudadas estão relacionadas à centralidade e à vitalidade urbana. “Centralidade” e “vitalidade” são palavras que estão, recorrentemente, presentes nos discursos dos diversos autores que abordam o tema dos centros das cidades, das galerias e dos calçados, ou, genericamente, das ruas de pedestres. São vocábulos utilizados, sem economia, não só por arquitetos e urbanistas, mas também por sociólogos, antropólogos e geógrafos, entre outros.

---

<sup>1</sup> Esta pesquisa de mestrado foi desenvolvida entre 2006 e 2008 no âmbito PROURB/FAU/UFRJ, sob a orientação do Prof. Dr. José Ripper Kós, com financiamento da CAPES. A parte da pesquisa que se deu em Buenos Aires, na Universidade de Belgrano, sob orientação dos professores Libertad Vigo e Alfonso Corona Martinez, foi propiciada pelos recursos do Programa Alfa, da União Européia, com a concessão de uma bolsa de viagem de estudos.



Neste artigo, no qual apresentamos as conclusões esboçadas em nossa pesquisa, resgatamos a discussão sobre a centralidade e a vitalidade urbana proposta por alguns autores e a recolocamos no debate sobre as passagens em rede. Assim, verificamos que a inserção das redes de galerias e calçadas nos centros de Juiz de Fora e de Buenos Aires contribuem para a manutenção da centralidade e da vitalidade, mesmo porque, pudemos compreender que, historicamente, as galerias, por sua função comercial, carregam em si um potencial para a produção da centralidade e, por permitir um fluxo contínuo de pedestres, participa da preservação da vida nas cidades, sobretudo no espaço público.

## 2. Centralidade e vitalidade como qualidades urbanas

“Centralidade” e “vitalidade” significam, segundo Holanda Ferreira (2004), respectivamente, qualidade do que é central e qualidade de vital. Dentro da nossa pesquisa, abordamos ambos os termos dentro do contexto da cidade e, portanto, como possíveis qualidades do espaço urbano. Nossa conceituação para “centralidade” e “vitalidade” vai ao encontro do que é apresentado por Sposito (2006), Corrêa (2005), Vargas (2001) Lefebvre (2004), Hillier e Hanson (1988), Holanda (2002) e Jacobs (2001). Trata-se, portanto, de qualidades que articulam o espaço enquanto um suporte físico com os usos praticados pelos indivíduos, ou seja, trata-se de qualidades que dizem respeito às potenciais apropriações motivadas pelas configurações dos espaços, pelas formas urbanas. Podemos dizer que buscamos relacionar, “por um lado, atributos mórnicos do espaço arquitetônico — existente ou projetado — e, por outro, expectativas humanas diante dele” (Holanda, 2004).

Sposito (2001, p.238, apud Junqueira, 2006, p.23, grifos nossos) evidencia as diferenças entre centro e centralidade: “se o centro se revela pelo que se localiza no território, **a centralidade é desvelada pelo que se movimenta no território**”. Assim, por estar relacionada ao movimento, a centralidade pode ser fugaz, efêmera ou transitória, pode se modificar ao longo do tempo, de acordo com novos usos, apropriações e sentidos dados ao espaço. Centralidade, segundo Vargas (2001, p.329) deve ser entendida como o local de encontro de fluxos de toda ordem, reunindo uma variada quantidade de atividades terciárias.

Embora pareça evidente que a centralidade é um atributo da área central urbana, devemos considerar que o fenômeno da centralidade pode ocorrer, também, em espaços que não são necessariamente centrais (do ponto de vista territorial), tais como os espaços dos *shopping centers*, os quais, ainda que localizados fora do perímetro central, são capazes de gerar, nos dias de hoje, novas centralidades. Também é oportuno lembrarmos



que os centros de algumas cidades, perdem, com o passar do tempo, o seu poder de gerar centralidade. E, para resgatá-la é preciso desenvolver programas de requalificação, de revitalização das áreas degradadas, e desenvolver políticas de *image-making* (Arantes, 2000).

Em tempos de multi(poli)centralização ou de completa descentralização das cidades, especialmente as de médio porte, e de resgate dos centros (históricos) como um espaço simbólico repleto de vitalidade urbana, encontramos nos centros de Juiz de Fora e de Buenos Aires exemplos de manutenção da centralidade. Verificamos através da pesquisa que, historicamente, as galerias e os calçadões dos centros dessas cidades vêm configurando uma rede que contribui para tal manutenção.

De acordo com Segre (2005), algumas experiências de resgate do aspecto simbólico dos centros (históricos) das cidades latinoamericanas passam por processos de criação de áreas de circulação dedicadas exclusivamente aos pedestres. Segre (2005) menciona, como exemplos, os casos de Montevidéu e de Santiago do Chile, entre outros. Em relação ao centro histórico de São Paulo, Marchi (2008, p.88-89) afirma que ele “ainda mantém o ritmo do pedestre, é onde a paisagem é lida e percebida de modo mais sensorial”.

Assim, não podemos deixar de notar que, ao longo dos tempos, a rede tecida com galerias comerciais e calçadões nos centros de Juiz de Fora e de Buenos Aires, se configurou com características do “modelo” de intervenção que tem sido praticado na recuperação da centralidade e da vitalidade dos centros urbanos degradados. Afinal, os centros comerciais de Juiz de Fora e de Buenos Aires coincidem com os centros históricos.

Também é relevante mencionar que nossa abordagem para a expressão vitalidade urbana se distancia da conceituação proposta por Lynch, em *La buena forma de la ciudad*. Para Lynch (1985), vitalidade diz respeito ao grau com que a forma do local suporta suas funções vitais, diretamente relacionadas às questões ecológicas. Buscamos enquadrar o termo vitalidade a partir do ponto de vista de Jacobs (2001), em *Morte e vida de grandes cidades*. A vitalidade urbana é aqui tratada com um enfoque mais sociológico e **refere-se à presença dos pedestres no espaço urbano e à geração de diversidade**. Um espaço urbano com vitalidade é, sem dúvida, um espaço verdadeiramente público e democrático, cuja apropriação se estende a todos os cidadãos.

Para Jacobs (2001, p.165) são quatro as condições primordiais para gerar diversidade e vitalidade urbanas: (1) a multifuncionalidade do espaço; (2) elevada porcentagem de quadras curtas; (3) combinação de arquiteturas de diferentes períodos; e (4) alta densidade de pessoas. É interessante evidenciarmos que, ao olharmos para as redes de galerias e de



calçadas dos centros de Juiz de Fora e de Buenos Aires, identificamos todas as quatro condições mencionadas por Jacobs, conforme está exposto na última seção deste artigo.

De acordo com nossas conceituações, as qualidades “centralidade” e “vitalidade”, embora sejam distintas, aproximam-se muito uma da outra. Espaços de centralidade configuram-se, muitas vezes, também como espaços de vitalidade. Se um espaço é capaz de gerar centralidade, ou seja, de atrair fluxos de toda ordem, potencialmente, é um espaço que promove a diversidade e, nesse sentido, gera a vitalidade.

### **3. A localização central das galerias e a sua importância para a manutenção da centralidade urbana**

De acordo com Lefebvre (2004, p.129, grifo do autor), cada modo de produção teve seu tipo de sociedade e “cada tipo urbano realizou uma *centralidade* específica”. Os grandes tipos de sociedade citados pelo autor são: (1) a cidade do Oriente; (2) a cidade arcaica; (3) a cidade medieval; e (4) a cidade capitalista. É na cidade capitalista que emerge o “centro de consumo”. Segundo Lefebvre (2004, p.130), “já é bem conhecido o duplo caráter da centralidade capitalista: lugar de consumo e consumo de lugar”. Foi esse último tipo de cidade que nos interessou, pois é sob essa lógica industrial e capitalista que se estrutura a rede de galerias e de calçadas nos centros das cidades.

De acordo com Sposito (2001, p.238, apud Junqueira, 2006, p.23), o centro é o local de aglomeração do comércio e dos serviços, os quais geram um fluxo de atividades que possibilita o reconhecimento de uma centralidade. Mas não é por acaso que a atividade comercial é muito intensa nos centros urbanos. Conforme menciona Vargas (2001, p.20), “a necessidade de encontro para a realização da troca vai levar a atividade comercial a procurar os lugares mais propícios a esse encontro”.

Para Abdalla (1996, p.78, grifos nossos), no interior das galerias “ocorre parte da **vida da centralidade** da cidade, numa relação ambígua, num espaço artificialmente construído como público”. Duarte (2006, p.34) apresenta uma série de considerações que evidenciam a relação das ruas com a questão da centralidade. Tais considerações podem ser aproveitadas para o caso das galerias, verdadeiras “ruas cobertas”.

O movimento das ruas marca o ritmo cotidiano da vida urbana; nos horários de “pico” se enchem de gente, em outros se esvaziam ficando quase desertas. Nas ruas as pessoas, cada qual seguindo o seu caminho, mesclam-se no movimento geral da cidade, tornando-se, momentaneamente, parte dele. Formam-se as centralidades, os pontos de interesse e atração, onde se concentram as principais atividades de uma determinada área e para onde converge o movimento geral. As centralidades são tributárias, também, da forma do traçado da rede viária. A concentração espacial das atividades ocorre preferencialmente em áreas onde o acesso seja franqueado pelas



vias públicas, de modo a poder atrair o maior número possível de pessoas. A acessibilidade representada pela interligação das ruas comparece, então, como uma condição necessária (embora não suficiente) para a formação das centralidades (Duarte, 2006, p.34).

Podemos afirmar que as galerias comerciais possuem um potencial para gerar e/ou manter a centralidade pois, como bem concluiu Vargas (2001, p.329), “a lógica do espaço terciário é a busca da centralidade”. Para o empreendedor imobiliário, se a centralidade não existir, ele é capaz de criá-la. Exemplos desse fenômeno são as galerias comerciais e os *shopping centers*. No entanto cabe ressaltar que uma diferença do tipo de centralidade gerada pelas redes de galerias e calçadas e o tipo de centralidade gerada pelos *shoppings centers* é que, no caso do primeiro, a centralidade envolve o espaço público, o espaço da cidade propriamente dita, enquanto a centralidade gerada pelos *shoppings* é uma centralidade ensimesmada, concentrada dentro dos seus próprios limites físicos.

#### **4. À guisa de conclusão: afinal, do que depende a vitalidade das galerias e como elas podem contribuir para a vitalidade urbana?**

Geist (1983, p.110-114), aponta as seguintes condições para a existência das galerias: (1) localização central; (2) situação que favoreça o tráfego de pedestres e promova conexões; (3) ótima organização interna; e (4) ser capaz de atrair a população. A partir dessas condições colocadas por Geist (1983), Vargas (2001, p.186) acrescenta que “a renda e a densidade, o tamanho da população e a concorrência são também fatores essenciais a ser considerados”.

Elguezabal (1984), na conclusão de seu artigo intitulado *Galerías y locales comerciales: um tema de la arquitectura de Buenos Aires*, apresenta alguns elementos constantes nos desenhos de galerias que tiveram êxito. Dentre os pontos citados pelo autor, destacamos: (1) acesso a partir de uma avenida ou rua comercial importante (especialmente para grandes galerias); (2) importância de uma comunicação ou saída em outra via; (3) uma única planta; (4) ausência de grandes desníveis; (5) locais com vitrines não muito extensas; (6) recursos de equipamentos e ambientação de acordo com o caráter da obra.

De acordo com Aguerre e Landoni (1990, p.101), as características para o sucesso das galerias são: (1) ser facilmente apreendida pelo usuário; (2) ser capaz de criar um microclima desejado (agradável); (3) favorecer o consumo visual da mercadoria; (4) ser atraente (não somente do ponto de vista arquitetônico, mas com relação aos odores, sons e imagens); e (5) gerar o “efeito-surpresa” apresentado por Lynch, em *A imagem da cidade*.

Temos constatado que, para que as galerias sejam espaços com vitalidade, o entorno deve ser favorável ao desenvolvimento de uma rede subjacente à trama viária, ou seja, a malha urbana bem como o parcelamento das quadras, deve conter características que demandem e/ou possibilitem a construção de atalhos, tais como grandes dimensões dos quarteirões, lotes estreitos e alongados ou desníveis topográficos. Um outro fator é a existência de um público consumidor em potencial, pois sem ele, não há razão de existir tanta oferta de comércio. Ainda há uma questão simbólica e que está estreitamente ligada à questão da formação histórica e cultural de uma determinada cidade.

De acordo com Vargas (1998), a passagem é o principal motivo dos fluxos nas galerias. Então, podemos inferir que as galerias tornam-se lugares com vitalidade quando são capazes de encurtar espaços, ligando umas às outras, aos calçadões ou às demais ruas ou praças. Se considerado este dado para se determinar o grau de vitalidade das galerias, podemos afirmar que as redes de passagens dos centros de Juiz de Fora e de Buenos contribuem para um alto índice de vitalidade. Conforme a tabela a seguir, 83,33% das galerias conectadas ao Calçadão da Rua Halfeld (em Juiz de Fora) e 75% das galerias conectadas ao Calçadão da Rua Florida (Buenos Aires) funcionam como ligação física entre os calçadões e as ruas adjacentes.

	<b>Rua Halfeld</b>	<b>Rua Florida</b>
Comprimento dos calçadões (em metros lineares)	370	1.320
Avenidas que cortam o calçadão	0	3
Avenidas do perímetro	2	1
Ruas que cortam o calçadão	1	6
Ruas do perímetro	0	4
Calçadões que cortam o calçadão	0	1
Calçadões do perímetro	2	0
Galerias diretamente conectadas aos calçadões	12	20
Média de metros lineares de calçadão/ galerias	1 gal a cada 30,83m	1 gal a cada 66m
Área total das quadras e vias que conformam as redes de passagens estudadas (em m <sup>2</sup> )	71.640	342.810
Quadras edificadas	4	22
Quadras com galerias	3	15
% de quadras com galerias	75	68,18
Quantidade de esquinas desconsideradas as galerias	3	15
Quantidade de esquinas consideradas as galerias	15	35
% do aumento do número de esquinas, se consideradas as galerias	500	233,33
Galerias que ligam o calçadão à(s) outra(s) rua(s)	10	15
% de galerias que ligam o calçadão à outra(s) rua(s)	83,33	75

**TABELA 01** - Dados quantitativos das passagens em rede nos centros de Juiz de Fora e de Buenos Aires.



Mas tal questão pragmática de conexão física entre ruas não é o único motivo da vitalidade das galerias, pois há questões de ordem simbólica. As galerias, quando se relacionam em rede com outras galerias e/ou ruas dotadas de forte apelo simbólico, também geram um grande fluxo de pessoas. Segundo Canevacci (2004, p.22), “eu posso preferir determinadas ruas, em determinadas horas do dia, razão pela qual escolho meus itinerários urbanos [...] também pelo fluxo emotivo que se libera quando atravesso essas ruas, e não outras”.

Também a existência de bares e pequenos restaurantes, ou até mesmo cinemas e teatros, nas galerias pode ser considerada como um fator de atração de fluxo de pessoas. De acordo com Vargas (1998), compreender qual a estratégia de negócios que garante sua vitalidade dos *shopping centers* pode ser uma estratégia para se pensar na vitalidade das galerias nos dias atuais.

Embora tenhamos assinalado alguns aspectos que foram listados a partir de observações lançadas após a análise das galerias que obtiveram êxito, é certo que o desenho delas e do lugar no qual estão inseridas por si só não é capaz de garantir o sucesso das mesmas. No entanto, não nos restam dúvidas sobre a potencialidade que algumas formas e/ou funções urbanas têm para atingir determinadas qualidades, como, por exemplo, centralidade e vitalidade. Não podemos perder a crença, já manifestada por Hillier et al. (1987, p.233-250, grifos do autor, apud Holanda, 2002, p.86-87), “de que o desenho arquitetônico [e urbano] afeta o comportamento humano de alguma maneira” e “a crença de que os ambientes *podem* ser desenhados [ou preservados] de maneira bem-sucedida no sentido de ‘criar vida’, e de que, onde isso ocorre, os efeitos sociais são benéficos”.

Sendo as galerias juizforanas e portenhas, em si mesmas, espaços com vitalidade, elas contribuem para a vitalidade do seu entorno. Sendo espaços capazes de potencializar a centralidade, as galerias potencializam também vitalidade urbana. Quando as galerias encontram-se articuladas em redes, enraizadas num centro urbano, a tal ponto de, muitas vezes, ser impossível de, facilmente, se distinguir o espaço público do privado, sua potencialidade para gerar vitalidade se expande para o espaço público, para as ruas que a elas se conectam.

Por fim, vale destacar que, ao analisarmos as redes de galerias comerciais e de calçadões dos centros de Juiz de Fora e de Buenos Aires, verificamos a presença das quatro condições primordiais, mencionadas por Jacobs (2001), para gerar diversidade. Tal como os *shopping centers*, as redes de galerias, além de serem espaços de lazer, constituem um *mix* de comércios e serviços variados, e, ainda, não é incomum que seus





edifícios sejam destinados à habitação. Assim, as galerias configuram-se como espaços multifuncionais, e tem-se a primeira das condições garantida.

As tramas urbanas dos centros de Juiz de Fora e de Buenos Aires, por serem constituídas por quadras divididas em lotes estreitos e alongados, favorecem a implantação das galerias, as quais apresentam-se como uma solução para o maior aproveitamento dos lotes, subvertem o traçado tradicional e encurtam as quadras. Esta é a segunda condição mencionada por Jacobs: encurtar as quadras.

Já a terceira condição diz respeito à combinação de edifícios com diferentes idades e estados de conservação variados. Embora as galerias de Juiz de Fora e de Buenos Aires sejam prioritariamente do século XX, podemos observar a adoção de partidos e de características arquitetônicas distintas que nos levariam a enquadrá-las em diferentes estilos artístico-arquitetônicos. Ainda, ao considerarmos os centros nos quais as galerias estudadas estão inseridas como recortes espaciais para testar a terceira condição mencionada por Jacobs, também diagnosticamos a diversidade de idades, de estados de conservação e de relevância que os demais edifícios assumem.

Finalmente, a quarta condição apontada por Jacobs ressalta a relevância da alta densidade de pessoas e, sem dúvida, pelo fato de serem vias dedicadas exclusivamente para os pedestres, as galerias e os calçadões possibilitam um grande fluxo de indivíduos, uma grande circulação de transeuntes. Também, por ser um espaço terciário, voltado para o comércio varejista, a rede formada pelas galerias e pelos calçadões atrai um grande público de consumidores.

Além de satisfazerem as quatro condições apontadas por Jacobs, para nós, a vitalidade das redes estudadas está relacionada com a sua condição labiríntica. De acordo com Jacques (2007, p.91), “o labirinto é um lugar de vida, de surpresa. O plano impede a surpresa, mata a vida do labirinto”. Por todas essas questões supracitadas é que podemos considerar que as redes de galerias comerciais e de calçadões dos centros de Juiz de Fora e de Buenos Aires obtiveram (e continuam obtendo) êxito. Além de serem espaços com vitalidade, as redes de galerias e de calçadões também contribuem para manter a vitalidade dos centros nos quais estão emaranhadas.

## 5. Bibliografia

ABDALLA, J. G. F. **Multivalência da arquitetura das galerias de Juiz de Fora**: fascínio e identidade entre o público e o privado. Juiz de Fora, 1996. (Relatório de pesquisa).



AGUERRE, M.; LANDONI, M. L. F. Transculturación de modelos en la arquitectura de nuestra ciudad: el caso de las galerías comerciales. **Summa-temática**, Buenos Aires, n. 34/35, p. 94-103, abr., 1990.

ARANTES, O. B. F. Uma estratégia fatal: a cultura nas novas gestões urbanas. In: ARANTES, O.; VAINER, C.; MARICATO, E. **A cidade do pensamento único**: desmanchando consensos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

BRAIDA, F. **Passagens em rede**: a dinâmica das galerias e dos calçadões nos centros de Juiz de Fora e de Buenos Aires. Rio de Janeiro, 2008. 211f. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em Urbanismo, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

\_\_\_\_\_. La imagen y el imaginario de dos centros urbanos marcados pela presencia de las galerías. Juiz de Fora (Brasil) y Buenos Aires (Argentina): dos ciudades, dos calles peatonales principales y muchas galerías. In: IX Jornadas Imaginarios Urbanos, 2007, Buenos Aires. **Anais ...** Buenos Aires: Secretaría de Posgrado - FADU - UBA, 2007.

CANEVACCI, M. **A cidade polifônica**: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana. 2. ed. (1. reimpressão). São Paulo: Studio Nobel, 2004.

CORRÊA, R. L. **O espaço urbano**. 4. ed. (6. impressão). São Paulo: Editora Ática, 2005.

DUARTE, C. F. **Forma e movimento**. Rio de Janeiro: Viana & Mosley: Ed. PROURB, 2006.

ELGUEZABAL, E. Galerías y locales comerciales: um tema de la arquitectura de Buenos Aires. **Ambiente**, Buenos Aires, n. 43, dec., 1984.

GEIST, J. F. **Arcades**: the history of building type. Londres: MIT Press, 1983.

HILLIER, B; HANSON, J. **The social logic of space**. Cambridge: Cambridge University Press, 1988.

HOLANDA FERREIRA, A. B. **Novo dicionário eletrônico Aurélio**. São Paulo: Editora Positivo, 2004. CD-ROM.

HOLANDA, F. **O espaço de exceção**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2002.

JACOBS, J. **Morte e vida de grandes cidades**. (2. tiragem). São Paulo: Martins Fontes, 2001.

JACQUES, P. B. **Estética da ginga**: a arquitetura das favelas através da obra de Hélio Oiticica. 3.ed. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2007.



JUNQUEIRA, P. T. **De cidade à centralidade**: a formação dos centros e o processo de descentralização nas cidades de médio porte. Estudo de caso: Juiz de Fora. Rio de Janeiro, 2006. 106f. Dissertação. Programa de Pós-graduação em Urbanismo, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

LEFEBVRE, H. **O direito à cidade**. 3. ed. São Paulo: Centauro, 2004.

LYNCH, K. **La buena forma de la ciudad**. Barcelona: Gustavo Gilli Ed., 1985.

MARCHI, P. M. In: KON, S.; DUARTE, F. (orgs.). **A (des)construção do caos**. São Paulo: Perspectiva, 2008. p.73-109.

SEGRE, R. **Cultura, tradición y modernidad en la ciudad latinoamericana**: algunas experiencias recientes. 2005. (Notas de aula).

SPOSITO, M. E. B.; WHITACKER, A. M. (orgs.). **Cidade e campo**: relações e contradições entre urbano e rural. São Paulo: Expressão Popular, 2006.

VARGAS, H. C. **Espaço terciário**: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.

\_\_\_\_\_. Galerias do centro. **Revista urbs**, São Paulo, n. 8, p.41-49, ano I, jun./jul., 1998.