

## PALAVRAS DO EDITOR

Em maio de 2012 ocorreu, em São Paulo, o III Seminário Internacional sobre Cidade, Comércio e Consumo, organizado pelo Núcleo de Estudos de Comércio e Consumo (NECC), que envolve pesquisadores de três universidades brasileiras, a saber: Universidade Estadual Paulista (UNESP/ campus de Rio Claro, SP), a Universidade Federal de Pelotas (UFPel, RS) e a Universidade Federal de São Carlos (UFSCar/campus de Sorocaba, SP), sob nossa coordenação.

O Seminário teve por tema as *Mutações nos Espaços Comerciais e de Serviços e o Consumo na Sociedade Contemporânea*. Naquela oportunidade e depois das exposições, foram selecionados alguns textos para publicação. Trata-se de um processo demorado, que ultrapassou nossas expectativas em relação à data de publicação. Mas o resultado final é esse número da Revista Cidades, que traz as ponderações de geógrafos de diferentes países sobre um tema que, na Geografia, tem chamado mais a atenção em anos recentes.

Cabe esclarecer, que para facilitar a comunicação durante a apresentação dos trabalhos, cada expositor pode se expressar no idioma preferido (português, francês, inglês ou espanhol); porém, o texto escrito se restringiu ao espanhol ou inglês, idiomas de comunicação científica. Os textos escritos foram entregues ao seminário com antecedência para que todos os inscritos tivessem acesso a ele por meio digital, de modo que os textos deste número da revista estão em inglês ou espanhol.

A sequência dos textos aqui apresentada não obedece à sequência das apresentações, porém os artigos estão reunidos por assuntos com alguma proximidade.

Um primeiro grupo, integrado pelos cinco primeiros artigos, apresenta reflexões com diferentes tendências teóricas para entendimento do comércio e do consumo no âmbito da Geografia. Teresa Barata Salgueiro (Universidade de Lisboa) coloca em destaque a área central de Lisboa para discutir teorias divergentes – resiliência e a Geografia crítica. O artigo de minha lavra (Universidade Estadual Paulista) destaca sobretudo a importância da Geografia crítica para o entendimento

do espaço comercial. Herculano Cachinho (Universidade de Lisboa) discute uma teoria da cultura do consumo, enfatizando a importância na percepção das paisagens para o consumidor e o papel que exerce na vida cotidiana. Phillipe Dougot e Brice Naverau (Université de Toulouse) colocaram em pauta o planejamento urbano em relação ao comércio, discutindo o caso francês. E Maria Laura Silveira (Conicet/ Argentina) recoloca e dá continuidade à proposta de Milton Santos ao discutir a teoria dos dois circuitos.

Um segundo grupo de artigos, numericamente expressivo - oito, deu destaque às formas comerciais, articulando-as ao tratamento do consumo em localidades específicas. Nesse grupo temos contribuições com diferentes enfoques teóricos, que revelam resultados de estudos localizados em áreas mediterrâneas (Nápoles e Barcelona), bem como latino-americanas (México e Brasil). Libera D'Alessandro e Lida Viganoni (Università degli Studi – Napoli L'Orientale) analisaram o bairro de Chiaia (área central de Nápoles), voltado ao consumo de luxo e ao entretenimento, mostrando os novos conflitos nas práticas de consumo em espaços públicos e privados. Fabio Amato e Rosario Somella (Università degli Studi – Napoli L'Orientale) discutem a atratividade dos shopping-centers nas áreas suburbanas de Nápoles, ligadas por rodovia. E Rosario Somella (Università degli Studi – Napoli L'Orientale) apresenta um balanço das mudanças em cidades do sul da Europa em relação ao consumo, destacando as formas de polarização, mas também a insegurança socioespacial. Sidney Gonçalves Vieira (Universidade Federal de Pelotas, RS, Brasil), por sua vez, destaca a manutenção dos mercados públicos em cidades europeias, especialmente enfocando o caso de Barcelona, com uma histórica produção do espaço comercial. Na sequência, mais dois trabalhos abordam a mesma forma comercial com enfoques distintos: Ana Alice de Oliveira Vieira (PPGG-UNESP/RC) trata da resistência do Mercado Público Central na metrópole paulista, avaliando a passagem do espaço de consumo para o consumo do espaço; e José Gasca Zamora (UNAM), do comércio de alimentos nas cidades

mexicanas, apontando os problemas desse abastecimento fundamental frente ao afastamento do estado no âmbito da regulação da distribuição de produtos. Os dois últimos artigos desse grupo colocam situações de formas de troca que estão em oposição, por assim dizer: Carlos Henrique Costa da Silva (UFSCar/ Sorocaba, SP, BR) discute a implantação de Shopping Centers de luxo em São Paulo, enquanto Tatiane Maria Pinto de Godoy (Universidade Federal de São João del Rey, MG, BR) realiza uma análise crítica sobre o comércio e o consumo no âmbito da Economia Solidária.

No terceiro grupo estão trabalhos direcionados ao comércio a partir do caminhar pela cidade e da festa na cidade. Carlos Balsas (University at Albany) se preocupa em apontar problemas na intensidade do comércio de ruas principais e centros urbanos, considerando que o comércio tem um papel relevante para promoção de uma cultura que contrária ao esvaziamento das ruas. Carmen Lúcia Costa (Universidade Federal de Goiás/Catalão) mostra as práticas festivas no âmbito da reprodução do espaço e que estão em vias de mercantilização, revelando a captura do espaço/tempo da vida cotidiana. Magno de Lara Madeira Filho (PPGG-UNESP/RC) parte do espaço da festa do peão de boiadeiro (rodeio), no interior do estado de São Paulo, para mostrar sua transformação em simulacro de um imaginário hollywoodiano cujo objetivo é o consumo hipermoderno.

Finalmente, recebemos um texto extra sobre o consumo, que também vem de área mediterrânea, mais precisamente da Sicília, IT. Os autores não estiveram presentes no seminário, mas deixaram registrado o assunto de suas pesquisas, o que consideramos relevante para divulgação entre os pesquisadores da temática.

Em nome da revista Cidades desejo a todos uma boa leitura.

Silvana Maria Pintaudi  
Universidade Estadual Paulista - Campus de Rio Claro  
smpintaudi@gmail.com