

“TERESINA: CIDADE FUTURO”: novas espacialidades e sociabilidades com a
inserção dos shoppings center e condomínios fechados (1990-2010)

Regianny Lima MONTE

Doutoranda em História da UFG

Bolsista da FAPEG

Professora do IFPI

regiannymonte@yahoo.com.br

CV: <http://lattes.cnpq.br/1838297375472422>

RESUMO: Teresina vem passando por um processo de implantação de elementos urbanísticos modernos centrados em uma crescente globalização nas últimas duas décadas (1990-2010), que alteraram sua fisionomia, a qual ganhou modestos contornos de cidade burguesa, numa tentativa de assemelha-se a grandes centros urbanos do país. A implantação dos shoppings centers e dos condomínios fechados são considerados não só ícone desse processo ao mesmo tempo moderno e segregador na cidade, ao criar novas espacialidades, como também, palco para fomentação de novas sociabilidades. Portanto, procuraremos avaliar as transformações ocorridas no tecido urbano da capital do Piauí, assim como nas *performances* dos moradores, ou seja, em suas formas de agir, gestos, atitudes, sentimentos e até na maneira de apreender a realidade com a inserção de novos aparelhamentos urbanos como os shoppings centers e condomínios fechados na capital.

Palavras-chave: Teresina. Modernização. Espacialidades. Sociabilidades.

“TERESINA: FUTURE CITY”: new spatiality and sociability due to the insertion of the
shopping centers and the gated communities (1990-2010).

ABSTRACT: Teresina has passed through an implementation of modern urbanistic elements derived from a growing globalization in the last two decades (1990-2010), which has changed its physiognomy, that obtained slight traits of a bourgeoisie, in an attempt of looking like the big urban centers of the country. The implementation of the shopping centers and the gated

communities is considered not only an icon of this process – that is at the same time modern and a cause of segregation in the city since it creates new spatiality –, as well as a space to new sociability. Thus, this study aims to evaluate the transformations occurred in the urban tissue of the capital of Piauí, as well as in the performances of their inhabitants, that is, in their ways of acting, their traits, attitudes, feelings, and even in their way to grasping the reality with the insertion of new urban apparels like shopping centers and gated communities in the capital.

Keywords: Teresina. Modernization. Spatiality. Sociability.

“TERESINA: VILLE DU FUTUR”: De nouvelles spatialités et sociabilités à travers l’intégration des centres commerciaux et des lotissements sécurisés (1990-2010).

RÉSUMÉ: La ville de Teresina connaît actuellement un processus d’implantation d’éléments urbains modernes centrés sur la globalisation croissante de ces deux dernières dizaines d’années (1990-2010). Ceux-ci ont modifié la physionomie de la ville, laquelle s’est vu attribuer une modeste allure de ville bourgeoise, dans une tentative de s’apparenter aux grands centres urbains du pays. L’implantation de centres commerciaux et de lotissements sécurisés ne symbolise cependant pas uniquement un avancement, traduisant à la fois un modernisme et une ségrégation, par la création de nouvelles spatialités et l’encouragement à de nouvelles sociabilités. Dans cette optique, nous chercherons à évaluer les transformations qui ont eu lieu dans le « tissu urbain » de la capitale du Piauí, ainsi que les *performances* des habitants, autrement dit, leurs actions, leurs gestes, leurs attitudes, leurs sentiments, mais aussi leurs façons d’appréhender la réalité quant à l’intégration de nouveaux équipements urbains tels que les centres commerciaux et les lotissements sécurisés dans la capitale.

Mots-clés: Teresina. Modernisation. Spatialités. Sociabilités.

INTRODUÇÃO

As cidades brasileiras têm passado por intensas transformações nas duas últimas décadas, no que diz respeito não só ao seu espaço físico, como também nas maneiras de apropriação e consumo deles. Mudanças que estão diretamente ligadas ao processo de globalização vigente, que vem alterando profundamente o viver citadino. Essas modificações

configuram-se no novo modo de urbanização que busca seguir os padrões de modernização homogênea ditadas pelo capitalismo financeiro, tornando as cidades em centros de consumo de produtos tecnológicos e modernos.

Essas modificações vêm deixando suas intervenções nos espaços urbanos, marcados agora pela segregação entre os participantes/consumidores e àqueles que estão à margem desse processo. A cidade de Teresina passa a vivenciar tais problemas de forma mais intensa no período histórico que se constitui objeto de recorte deste artigo, ou seja, das décadas de 1990 e de 2000. Essas mudanças de mentalidades globais são sentidas também na escala geográfica local, manifestando-se nas transformações econômicas e sociais que vêm ocorrendo nas últimas décadas, fazendo-se necessário e urgente um estudo sobre essa temática, tendo em vista a reduzida produção de trabalhos sobre o assunto em pauta no contexto da realidade local.

Para Zygmunt Bauman, estamos passando por um processo de modernização diferente da vivenciada no século XVIII, inaugurada com a Revolução Industrial, que buscava estruturas sólidas, sustentadas em um capitalismo comercial, contrária ao modelo atual centrado na fluidez das relações comerciais do mercado financeiro. Esse novo modelo de capitalismo moderno traz um sentimento de insegurança quanto à posição social, incertezas sobre a sobrevivência no futuro, dirigido pela urgência de substituir a tradição pelo novo. Essa modernização transforma os espaços, e as referências espaciais se perdem na dinâmica do tempo, os homens perdem seus elos, sua base identitária e a substância de suas histórias. (BAUMAN, 2001). Assim,

[...] a angústia vem com mais frequência: a angústia de viver a mobilidade dos lugares acelera ainda mais a mobilidade do nosso ser, já tão assustadora por si mesma. Pois como não perder a fé na vida, quando se percebe que é ilusória a única fixidez dos lugares, dos objetos ali situados? A mobilidade dos lugares rouba nosso último recurso. (POULET, 1992, p. 11)

Esses novos tempos marcaram sobremaneira a vida dos cidadãos. A medida em que a cidade crescia, sua população aumentou, seu espaço urbano adquiriu ares de cidade grande, mesmo não tendo o *status* de metrópole, uma vez que sua população ainda não atingira um milhão de habitantes, seus moradores também adquiriram hábitos diferentes. A indiferença com outro, as pessoas não se reconheciam mais, os laços identitários que os mantinham aos poucos iam perdendo seu significado. Eram um ambiente em que estranhos se encontravam, mas não se relacionavam, não afirmavam identidades, compartilhavam dos mesmos espaços, mas não das mesmas memórias. O ritmo acelerado da nova Teresina, marcada pelas relações

comerciais de trabalho não permitia mais encontros demorados nas praças. Essas se tornaram cada vez mais lugares de passagem. As conversas nas calçadas desapareceram, as relações com os vizinhos também estavam cada vez mais escassas, sendo ainda visível na periferia da cidade.

A indiferença e a impessoalidade são características do viver urbano nos últimos tempos em Teresina. Isso faz lembrar de Cloé, uma das cidades descritas por Ítalo Calvino em *Cidades Invisíveis*, na qual “as pessoas que passam pelas ruas não se reconhecem. [...] ninguém se cumprimenta, os olhares se cruzam por um segundo e depois se desviam, procuram outros olhares, não se fixam” (CALVINO, 1990, p.51). Para Richard Sennett a cidade moderna é “um assentamento humano no qual estranhos irão provavelmente se encontrar”, mas que, não necessariamente, vão interagir (SENNETT, 1989, p.58).

É seguindo esse viés que pretendemos analisar as mudanças ocorridas no tecido urbano da cidade e como elas interferiram nos hábitos, nos costumes e nas formas de se relacionar dos habitantes de Teresina, provocadas por uma política normatizadora dos espaços da cidade e das práticas de seus habitantes. Portanto, procuraremos avaliar as transformações ocorridas nas *performances* dos moradores, ou seja, em suas formas de agir, gestos, atitudes, sentimentos e até na maneira de apreender a realidade com a inserção de novos aparelhamentos urbanos como os shoppings centers e condomínios fechados na capital.

A INSERÇÃO DOS SHOPPINGS CENTERS NA CIDADE

Em 2015, a cidade de Teresina passa a contar com mais um shopping center. O Shopping Rio Poty é o terceiro empreendimento dessa envergadura na capital do estado do Piauí, ao do Riverside Walk e do Teresina Shopping. A implantação desse recente empreendimento segue o crescimento do mercado consumidor por esse tipo setorial empresarial. Na tentativa de inserir-se nesse mercado já dominado pelos outros empreendimentos citados, o Shopping Rio Poty resolve apostar em uma arrojada e audaciosa opção de lazer para o seu primeiro período natalino e de férias de verão, em parceria com a *Happy Times*, colocou à disposição dos consumidores uma pista de gelo, com 200 m², na principal praça de eventos no novo empreendimento comercial da cidade no dia 14 de novembro de 2015.



Figura 01: Pista de gelo na praça de eventos do Shopping Rio Poty em 02 dez 2015.
Fonte: Acervo Pessoal de Regianny Lima Monte

Na terra conhecida pela presença de um sol causticante e de altas temperaturas, ultrapassando a marca de 40° C, quase que diariamente, no período denominado de B-R-O-BRÓ, compreendendo os meses de setembro, outubro e novembro, estava disponível para seus moradores uma pista de gelo, na qual podiam patinar tranquilamente como se estivesse em um país do hemisfério norte em pleno inverno. Muito mais do que atrair os consumidores, a atração carregava consigo um poder simbólico, trazendo algo inovador e que impactasse no imaginário da população, o que essa nova praça comercial era capaz de oferecer, e dessa forma, diferenciar-se das já existentes. Funcionava no sentido de gerar a expectativa de que naquele espaço era possível realizar sonhos inimagináveis, como patinar no gelo em Teresina.

No Brasil, a implantação dessas novas praças comerciais está ligada diretamente a inserção do capital estrangeiro que possibilitou investimentos voltados para a acumulação de recursos que passaram a determinar uma nova dinâmica na economia local. Essa nova conjuntura permitiu a modernização do capitalismo brasileiro responsável por inserir o país na economia global, acarretando o desenvolvimento não só de novos produtos e tecnologias, como também de novas formas espaciais no espaço/cenário de nossas cidades. O primeiro shopping center inaugurado no Brasil foi o Shopping Inguatemi, localizado na cidade de São Paulo, em 1966 (MELO; NOVAIS, 1988).

A instalação dos shoppings centers em Teresina segue os imperativos desse novo processo de modernização com um certo atraso em relação às demais regiões do país, uma

vez que só são implantados na segunda metade da década de 1990, sem, contudo, deixar a desejar em infraestrutura a outros centros, respeitadas as devidas proporções. São centros comerciais dotados do que há de mais moderno no setor: lojas de departamentos, supermercados, praças de alimentação, cinemas, praças de eventos, salas de convenções, bancos, estacionamentos privados etc. Esses novos espaços de lazer e consumo foram sendo incorporados aos hábitos dos teresinenses, ao mesmo tempo em que se apresentam, contraditoriamente, como espaços de segregação social.

O Shopping Riverside Walk foi o primeiro a ser inaugurado, em dezembro de 1996, pelo Grupo Meio Norte. Está situado na área mais nobre de Teresina, à margem do Rio Poti, na avenida Raul Lopes, na Zona Leste. O shopping foi construído com o conceito de “open aberto”, um dos únicos no Brasil com esse tipo de projeto. O objetivo era possibilitar aos seus clientes uma circulação por amplos corredores abertos com sete praças temáticas cercadas por espelhos d’água e belos jardins com cascatas, esculturas e passarelas. Além disso, os seus clientes têm à disposição 230 lojas, contando ainda com praça de alimentação climatizada, parque de diversões, restaurantes, boliche, três salas de cinema e estacionamento.



Figura 02: Vista aérea do Shopping Riverside Walk em 2012.
Fonte: Acervo de Juscelino Reis.

O Teresina Shopping foi inaugurado em 27 de abril de 1997, um empreendimento do Grupo Claudino, com 191 lojas distribuídas nos segmentos de perfumaria, moda adulto e infantil, serviços e farmácia, possuindo três mil vagas de estacionamento. Dispunha também, à época, do Espaço Saúde, onde se encontravam várias clínicas e consultórios médicos, hoje desativados. Fechando o “mix”, duas âncoras, onde se situam as praças de alimentação e de eventos, além de cinco salas de cinema. O projeto arquitetônico era de André Sá, que foi posto em prática pela Construtora Sucesso, também de propriedade do Grupo Claudino.



Figura 03: Teresina Shopping em 1997
Fonte: Portal 180º Graus



Figura 04: Teresina Shopping em 2014
Fonte: S/A Propaganda

A chegada dessa nova praça de consumo gerou uma intensa expectativa nos diversos setores da sociedade teresinense e piauiense. A maioria dos depoimentos relacionavam a implantação do shopping como uma melhoria para cidade, inserindo-a em um comércio mundial, mas sempre associado a um futuro promissor: “acreditamos no futuro de Teresina. Essa cidade está em pleno crescimento e o shopping será o marco que vai dividir o antes e o depois desse desenvolvimento. O potencial do estado e de Teresina apenas está começando a ser explorado”, afirmava Edson Neves, um dos comerciantes que levaram seu empreendimento para o novo shopping (TERESINA ...,1997, p. 3). Uma outra empresária, Jeannette Bucar, avalia que:

Uma loja no shopping é referência. Você é mais vista, o ambiente agradável, há conforto e segurança. Quem vai a um shopping passear, encontra todo um mix tão bem planejado, que coloca a sua disposição uma variedade tão grande de produtos que, acaba comprando alguma coisa. Isto sem levar em conta o progresso que um shopping representa para uma cidade, tanto do ponto de vista econômico como de mudança de mentalidade. Sem dúvidas é o futuro, é a modernidade que felizmente chega ao comércio local em boa hora (TERESINA ..., 1997, p.3).

A imprensa local expressava as inúmeras vantagens trazidas pela implantação da nova praça comercial. Um dos diferenciais entre o Teresina Shopping e o Shopping Riverside estava na oferta de um espaço totalmente climatizado, um diferencial essencial uma vez que Teresina é uma das capitais mais quentes do país.

Numa cidade como Teresina, de clima muito quente – o ano todo e a qualquer hora, o ar-condicionado não é um luxo: é necessidade; é respeito ao cliente. É por isso que o Teresina Shopping oferece um verdadeiro clima de montanha, com temperatura constante de 25º graus em suas instalações: corredores de circulação, praças, lojas,

cinema, parque e Espaço Saúde. O sistema de ar-condicionado central do Teresina Shopping é o mais moderno existe no mundo, com baixo consumo, com baixo consumo de energia para que esse benefício não represente nenhum ônus para o cliente (O TERESINA, 1997, p. 3).

Os benefícios propagandeados com a chegada de mais uma praça comercial, sendo o Teresina Shopping um projeto de maior envergadura do que o Shopping Riverside Walk, também estavam ligados à área social, por este oferecer um novo leque na geração de emprego e renda para capital e conseqüentemente para o estado.

São muitos os benefícios. Vamos começar pela área social falado de geração de empregos. São cerca de 1.200 novas oportunidades de trabalho que se abrem num mercado carente como o nosso. [...] Além disso, o Teresina Shopping vai trazer novas lojas e aumentar a oferta de produtos, marcas e serviços. Sem falar na segurança e no conforto, nas novas formas de lazer (QUAIS ..., 1997, p. 08).

A inserção dos centros de consumos, como os shopping centers nos principais centros urbanos, tem por finalidade principal vender essa nova forma de vivência, voltada, sobretudo, para o consumo e marcada pela segregação social. As novas elites globais estão inseridas em um comércio dinâmico e volátil de consumo e de descarte de produtos produzidos em escala mundial, com acesso disponível em qualquer parte do mundo. O depoimento do Secretário de Fazenda do Estado do Piauí, Paulo de Tarso de Moraes Sousa, à imprensa local, no dia da inauguração do Teresina Shopping expressa essa sensação: “essa obra é a prova da competência, do arrojo. Quando entro nessas lojas penso que estou em Tóquio, em Paris ou em Nova York” (SILVA, 1997, p. 11).

A implantação dos shoppings center em Teresina transformou substancialmente não apenas as formas de consumo da cidade, mas integrou a capital a esse novo sistema de interatividade, com a presença de lojas de grifes, multinacionais de serviço rápido de alimentação, salas de cinemas. Tudo isso modificou completamente as formas de consumo e lazer, forjando novas vivências e sociabilidades para uma determinada classe social, uma vez que era um empreendimento privado e voltado para o consumo.

O Teresina Shopping abre às 10 da manhã e só fecha às 10 da noite. Nesse imenso período, você pode fazer compras, lanchar, paquerar, passear, fazer o cabelo, pagar contas, fazer mais contas; aprender inglês; encontrar uma pessoa especial, comprar flores para ela, ir ao cinema, apaixonar-se ao sair dançando pelos corredores. Essa é só uma pequena ideia do que você pode fazer – todo dia, o dia todo! – no Teresina Shopping, seu novo endereço para as compras, lazer e saúde em Teresina (TUDO ..., 1997, p. 3).

Conforme Anthony Giddens, uma das consequências da modernidade para sociedade nas últimas décadas é a separação entre tempo e espaço. Anteriormente, as relações sociais eram realizadas em espaços que possuíam uma intermediação com o tempo, dito de outra maneira, dependiam diretamente da passagem do tempo para se estabelecer. Um exemplo clássico era a jornada de trabalhadores do campo, seguida pela passagem natural do tempo, guiado pelos astros, como o Sol, demarcada, portanto, entre o nascer e o pôr do Sol. Com a inserção da modernidade essa concepção de tempo é rompida, os instrumentos reguladores do tempo como o relógio mecânico, são inseridas outras maneiras de medir o tempo, assim como a jornada de trabalho e o tempo destinado ao consumo (GIDDENS, 1991).

Os horários de funcionamento dos shoppings centers levam em consideração essa percepção. Ao estender o seu horário para o turno da noite oferecem um horário fora do convencional para os clientes, que após uma jornada de trabalho ainda podem recorrer aos espaços de lazer e compra desses novos centros comerciais, uma vez que, o comércio tradicional situado em regiões como o centro da cidade encerram suas atividades diárias às 18 horas, estando dependente das condições espaciais onde se situam. Esses novos empreendimentos, em sua grande maioria, constituem-se em espaços fechados, com iluminação artificial, levando o consumidor a perder a noção do tempo em que estão nesses estabelecimentos. O tempo, dessa forma, liberta-se de qualquer amarra tradicional, assim como o espaço que também se torna independente de qualquer lugar, tendo em vista, a sua autonomia na oferta de serviços ao consumidor.

A nova praça comercial abril também um novo leque de lazer na cidade. Durante o período de férias, o Teresina Shopping ofereceu aos clientes, em seu primeiro ano de funcionamento, uma “praia virtual” que possibilitasse a prática de esportes. A proposta ousada sustenta-se na tentativa de surpreender o visitante e suprir a carência de espaços para prática de esportes geralmente realizados na areia da praia, já que Teresina é a única capital do Nordeste a estar situada no interior, distante das regiões litorâneas. Segundo o gerente de operações do shopping, Francisco Alex, o objetivo era “proporcionar uma alternativa de férias saudáveis e divertidas da cidade” (REVOADA ..., 1997, p. 13).

Outras atividades ligadas às artes e à cultura também foram realizadas no Teresina Shopping, como exposições de artes, lançamento de livros e de coleções de moda além de diversas apresentações culturais de música e de dança. Eventos culturais como o “Artes de Março”, que conta com grandes atrações nacionais e locais oferecendo ao público shows musicais, exposições e recitais que compõe uma dessas atrações certas no calendário cultural

da cidade, desde sua fundação. A instauração de programação de novas atividades culturais, artísticas e esportiva nos shoppings centers não tinha como o objetivo apenas atrair novos consumidores, também funcionavam como uma forma de ampliar a incorporação desse objeto no cotidiano das cidades e, dessa maneira, criar novas sociabilidades também pode ser percebida nessas estratégias adotadas pelos administradores dessas praças comerciais.

Principalmente o Teresina Shopping transformou o cenário socioeconômico e cultural de toda uma região, não apenas pela questão de o tamanho do espaço físico ser maior do que o do Shopping Riverside, mas pelas outras formas de lazer ali fomentadas. Desde então, a cidade de Teresina vem crescendo, tornando-se geradora de tendências e centro de excelência em diversas áreas. O shopping teve uma grande influência nesse resultado, devido à sua visão cosmopolita e de apoio permanente à arte, à cultura, ao esporte e às manifestações culturais de toda ordem.

Havia uma preocupação por parte dos investidores dessa nova praça de consumo em relação à prosperidade dos negócios, uma vez que as lojas varejistas estavam concentradas no centro da cidade. Nesse sentido, o Grupo Claudino, proprietários do Teresina Shopping, fez um Encontro de Comunicação e Promoção, no qual houve palestras sobre publicidade e apresentação da imagem das lojas do shopping com renomados publicitários de nível nacional, como Pedro Galvão, que destacou o poder da propaganda para a representatividade do shopping enquanto casa comercial e para o aumento das vendas. Segundo o publicitário, “o mais importante para manter o sucesso de um empreendimento é dividir os custos da produção em propaganda”. Outro problema que deveria ser suprimido por meio da publicidade era convencer a população das vantagens das novas praças de mercados tendo em vista que “existiam dois shoppings sendo construídos em locais onde as pessoas não tinham o hábito de frequentar” (TERESINA, 1997, p.8).

Essa tática de planejamento adotada pelos gerenciadores dos shoppings em Teresina estava relacionada a uma prática adotada pelo comércio mundial, surgida nos Estados Unidos, denominada de economia de aglomeração, que consiste em concentrar as atividades econômicas no mesmo espaço com o intuito de minimizar os custos e maximizar os lucros. Dentre elas estão o próprio espaço físico, amplo, seguro, confortável que possibilite a integração com lojas comerciais, áreas de lazer e outros serviços como estabelecimentos bancários. Dessa forma, essa prática permite o rateio entre muitos locatários de pequeno porte das atividades de propaganda e marketing, trazendo benefícios a todos os locatários (COHEN, 1972).

A busca pela modernidade, segurança, comodidade e lazer são símbolos dessas novas praças comerciais, como é evidenciado na fala do diretor de marketing do Teresina Shopping, Fernando Oliveira: “há uma procura grande pela modernidade, e modernidade significa qualidade, nós do Teresina Shopping estamos sempre voltados para o que há de melhor, para o futuro”. O bem-estar estava no fato de que “você pode deixar seu carro no estacionamento e enquanto vai ao médico ou faz compras, pode deixar seu filho se divertindo num parque. Tudo na maior segurança e conforto” (TERESINA, 1998, p. 5). O sistema de segurança era reforçado por um sistema de monitoramento de câmeras operados por controle remoto (CONSUMIDORES, 1997, p.3).

Esse tipo de comércio quebrou as fronteiras territoriais, aproximou os consumidores e homogeneizou o mercado. Mas por outro lado, criou um fosso entre os habitantes dos centros urbanos, que vêm perdendo gradativamente o sentimento de participação coletiva, do viver em comunidade. Essa é uma das mais significativas mudanças da vida urbana contemporânea. Entendemos também que

A segregação das novas elites globais; seu afastamento dos compromissos que tinham com o populus do local no passado; a distância crescente entre os espaços onde vivem os separatistas e o espaço onde habitam os que foram deixados para trás; estas são provavelmente as mais significativas das tendências sociais, culturais e políticas associadas à passagem da fase sólida para a fase líquida da modernidade (BAUMAN, 2009, p. 28)

OS CONDOMÍNIOS DE LUXO E BUSCA POR SEGURANÇA E DISTINÇÃO SOCIAL

A inserção da capital do estado do Piauí nos novos parâmetros de consumo não se restringia apenas ao sistema comercial, com a inserção dos shoppings center. A transformação estava nas formas de morar com a inserção dos condomínios de luxo em formato de edifícios de apartamentos que passaram a se multiplicar pela cidade. Os condomínios fechados configuram-se como as mais recentes e modernas versões residenciais dos novos empreendimentos urbanos voltados para o setor habitacional. São espaços privatizados, fechados e monitorados, não se resumem apenas ao aspecto residencial, ampliam-se para função de consumo e lazer.

Os precursores desse tipo de espaços residenciais remetem-se ainda ao século XIX, quando surgem nos Estados Unidos, com a privatização das ruas em São Luís, Missouri e a criação de subúrbios fechados em Tuxedo Park, em New York. Mas é na segunda metade do

século XX que esse tipo de empreendimento toma espaço nos centros urbanos norte-americanos, com a denominação de *gated community*. Guénola Capron ressalta:

A gated community é um produto imobiliário, estandarizado, planejado, fechado, que se difundiu, espalhando-se rapidamente, no mundo inteiro. Ela promete alegria de viver e segurança às classes médias e altas. Barreiras, guaritas, muros, estendem-se sobre dezenas, na verdade, centenas de metros povoam atualmente as paisagens das cidades americanas. É difícil penetrar nestas gated communitys sem se identificar e sem conhecer alguém do seu interior (CAPRON, 2006, p. 12).

Os pontos principais a serem levados em conta na implantação desse tipo de empreendimento urbano resumem-se em três fatores principais: primeiro diz respeito à segurança oferecida aos seus moradores, uma vez que este conta com uma série de aparatos como muros, vigilância vinte quatro horas, oferecendo uma proteção aos perigos urbanos; em segundo, é uma forma de vivência com melhor qualidade, com destaque para o oferecimento de espaços de lazer, com grandes áreas destinadas à prática de esportes, e, em muitos casos, uma oferta de vida ao ar livre, com a presença de áreas verdes e finalmente, esses espaços também se apresentam como uma questão de distinção social, de *status*, uma vez que o acesso está restrito a uma pequena parcela da população, detentora de recursos para a aquisição desse tipo de empreendimento. A possibilidade de uma vida entre iguais leva a uma ideia de viver em comunidade.

O surgimento desse tipo de empreendimento no Brasil, por sua vez, resguarda algumas diferenciações dos originários dos Estados Unidos. Para Elvino Silva Filho, os loteamentos fechados estão mais ligados à questão da segurança, e, em muitos casos, se restringe apenas a ela. Outros aspectos como busca por qualidade de vida, só surgem bem depois, principalmente com o crescimento urbano e os problemas gerados por ele, como trânsito, poluição, escassez de áreas de lazer ou falta de áreas verdes (SILVA FILHO, 1984). Neste aspecto, surgem primeiro os condomínios fechados de apartamentos, com o intuito de trazer segurança para os seus moradores, depois passam a apresentar áreas de lazer associados à segurança e posteriormente surgem os condomínios fechados horizontais, que estendem outras vantagens na busca de qualidade de vida, como as citadas anteriormente.

Temos, portanto, dois tipos de condomínios fechados que compõe esse tipo de empreendimento imobiliário nas cidades atualmente. Primeiro, os condomínios verticais, constituídos por apartamentos, que podem ou não oferecer uma área de lazer e situam-se dentro dos centros urbanos, em áreas valorizadas das cidades, próximos de centros de consumo, como shoppings, supermercados e outros empreendimentos de lazer. Em seguida,

temos os loteamentos e condomínios horizontais que são aqueles que não necessariamente estão dentro dos centros urbanos, são compostos por residências térreas ou duplex, possuem grandes áreas de lazer, com extensas áreas verdes e lojas de conveniência dentro dos seus espaços, por conta de sua autonomia podem situar-se praticamente em qualquer lugar, sendo preferencialmente distantes dos grandes centros urbanos, tanto por uma questão espacial, como pela fuga de problemas como poluição e pelo afastamento da agitação da cidade grande.

Alguns estudiosos vêm dedicando-se a essa temática. O estudo realizado pela antropóloga Teresa Pires do Rio Caldeira, “Cidades de muros: crime, segregação e cidadania em São Paulo”, é um dos precursores ao oferecer uma análise profunda dos padrões de segregação espacial da vida moderna da cidade de São Paulo e sua relação com o aumento da violência, da criminalidade e da sensação de insegurança dos seus habitantes. A autora ainda põe em xeque os obstáculos para a consolidação da democracia no Brasil e dos múltiplos impasses que a sociedade civil enfrenta na luta por seus direitos (CALDEIRA, 2000).

Segundo Caldeira, os condomínios fechados são verdadeiros “enclaves urbanos” que apresentam características semelhantes. São propriedades privadas dentro do espaço urbano, entretanto, são criados para o uso coletivo restrito apenas aos seus proprietários, dirigem-se preferencialmente, para as classes mais altas devido ao alto valor do terreno ou da casa pronta; estão fisicamente demarcados por muros, grades, espaços vazios e detalhes arquitetônicos; possuem infraestrutura básica, serviços, portaria, sistema de vigilância e segurança, impondo regras internas de inclusão e exclusão que deve ser rigorosamente seguidos por seus moradores; e apresentam grande flexibilidade no que diz respeito à localização, uma vez que independem de serviços urbanísticos da cidade, são autônomos (CALDEIRA, 2000).

O surgimento desses enclaves urbanos que têm como marcas fundamentais a presença de muros, verdadeiras fortificações nos remetem à analogia com as cidades medievais marcadas pelas muralhas edificadas também com o mesmo objetivo, ou seja, proteger os habitantes. No caso das cidades medievais contra os ataques dos povos tidos como “bárbaros”. Entretanto, as semelhanças se encerram apenas no item da busca pela segurança, uma vez que na cidade medieval não havia barreiras espaciais rigidamente definidas. A vida urbana ainda era marcada pela heterogeneidade, tanto em relação ao acesso aos espaços urbanos como nas relações de trabalho que eram disseminadas nas mais diversas partes da cidade (LE GOFF, 1998).

Essa ideia de segregação espacial surge com o advento das indústrias no século XVIII, com a separação das zonas industriais e a criação de bairros afastados dos centros urbanos e próximo das fábricas destinados aos operários. Diferentes, portanto, dos muros medievais, os enclaves atuais buscam não só proteção, segurança, como vimos, eles também estão relacionados à uma questão de distinção social. Para Bauman

Em lugar de defender a cidade e todos os seus habitantes de um inimigo externo, servem para dividir e manter separados seus habitantes: para defender uns dos outros, ou seja, daqueles a quem se atribuiu o *status* de adversário. [...] A intenção desses espaços vedados é claramente dividir, segregar, excluir, e não de criar pontes, convivências agradáveis e locais de encontro, facilitar as comunicações e reunir os habitantes da cidade (Bauman, 2009, p. 42).

Essas mudanças visíveis nessa nova fase do capitalismo atingiram principalmente os centros urbanos. Por diversas razões essas áreas são o epicentro das transformações em curso, seja por serem centros das decisões políticas e econômicas de uma determinada região, ou ainda, por ser lócus atrativo das novas atividades humanas entendidas como pós-modernas. Desse modo, por fazer parte desse sistema global, essas transformações no viver urbano vivenciadas, sobretudo, no final do século XX, atingiu indiscriminadamente os centros urbanos. Atingindo, não apenas as grandes cidades, as metrópoles, mas estendendo-se também as cidades de médio porte. Entretanto, devemos resguardar as devidas distinções entre elas. Ao tomar as cidades médias como um foco de análise entendemos que elas possuem um universo de significações que é próprio a essas cidades, não as entendemos como um mero subnível daquilo que ocorre nas metrópoles.

De acordo com o IBGE, são consideradas metrópoles, ou seja, grandes cidades, àquelas que ultrapassaram um milhão de habitantes. As cidades médias são entendidas como centros urbanos com uma população entre 100 mil e 300 mil habitantes. Já as cidades de pequeno porte são aquelas com população inferior a 100 mil habitantes. Contudo, esses dados são vagos pois buscam uma classificação levando em consideração apenas aspectos quantitativos demográficos. Outros aspectos como as atividades econômicas, a diversificação de bens e serviços ofertados para sua população, incluindo empresas e serviços de alto padrão e sofisticação são mais significativos para essa classificação. Nelas estão presentes centros educacionais de nível superior, centros de pesquisas, laboratórios e clínicas especializadas, além dos meios de comunicação de massa. Geralmente, esta categoria de cidade tem influência sobre o seu estado ou uma determinada região (ANDRADE; SERRA, 2001).

Entendemos, portanto, que a capital do estado do Piauí está inserida nessa classificação de cidades médias, mesmo possuindo 814.230 mil habitantes, conforme dados do último Censo Demográfico, em 2010, do IBGE, uma vez que oferece as características acima citadas. Teresina está inserida no processo de globalização que outras cidades brasileiras também passaram nas últimas décadas, como a questão do aumento populacional, processos de modernização e segregação urbanas acompanhando, reservadas as distinções entre elas, os demais centros urbanos de porte médio. Um aspecto desse processo é a inserção da verticalização urbana, com o surgimento dos prédios de condomínios.

O processo de verticalização residencial já vinha ocorrendo desde dos anos de 1980, vale ressaltar a construção dos condomínios de apartamentos Da Costa e Silva e o Mário Faustino, em 1984, pela Construtora Mafrense, situados na Avenida Marechal Castelo Branco, como os primeiros empreendimentos desse nível de habitação na capital do Piauí. Entretanto, foi na década seguinte que se consolidou em Teresina, principalmente nas zonas Centro e Leste. Os primeiros bairros a serem densamente povoados por esse tipo de construção foram: Centro (Avenida Frei Serafim, sobretudo) e Ilhotas (Zona Centro), Jóquei Clube, Horto Florestal, Ininga, Planalto, São João e São Cristóvão (Zona Leste). O processo de verticalização ocorreu devido à ação dos agentes produtores imobiliários e fundiários do espaço urbano que estruturam uma nova organização espacial com a valorização desses espaços (SILVA, 2013).



Figura 05: Vista parcial do bairro Ilhotas em 2010.
Fonte: Acervo pessoal de Juscelino Reis.

Diversas construtoras e imobiliárias começaram a surgir na cidade, voltada para esse novo segmento de moradia. As propagandas de condomínios fechados passaram a serem cada

vez mais frequentes na imprensa local. Empreendimentos que ofereciam conforto, segurança, área de lazer e para restaurantes, lojas de conveniência, sala de convenções. As propagandas além de venderem a imagem do produto também pretendiam mexer com o imaginário do consumidor colocando-se em uma posição de status ao adquirir o imóvel. “Os novos top da Mafrense são a opção certa para quem quer qualidade e boa vida. Mostre que você nasceu para ser um felizardo. Escolha um ótimo endereço e viva com maior estilo, mas pague com inteligência. Conte com as top vantagens que só a Mafrense oferece” (O DIA, 1997, p. 12). “Os clientes que acreditaram no financiamento direto HABFÁCIL agora estão recebendo as chaves de deus apartamento no Vila-Lobos. Você ainda pode fazer parte do clube dos felizardos” (ACREDITE, 1997, p. 3). Esse outro anúncio publicitário destacava o local como um espaço de sociabilidades modernas e diferenciadas.

A Avenida Marechal Castelo Branco é, sem dúvidas, o *point* de Teresina. Aqui moram as figuras mais notáveis da cidade. É aqui onde fica o melhor hotel, com os ambientes mais sofisticados. Hábitos novos de compra lhe esperam, é só atravessar a ponte e você está dentro dos grandes *shoppings*. É aqui onde você faz o *footing* mais badalado da cidade, andando, pedalando ou correndo no cooper matinal. E é aqui onde fica o Edifício *Rembrandt*. Venha logo! (ESTÁ ..., 1997, p.14).

As propagandas mostravam inúmeros vantagens e facilidades para a aquisição de um imóvel de alto padrão, mas estavam voltadas para uma determinada classe que poderia recorrer aos autofinanciamentos tendo em vista que nesse momento as políticas habitacionais de alto padrão eram cada vez mais escassas. Esse sistema de autofinanciamento era feito diretamente entre os donos das construtoras e os compradores, mediados por imobiliárias que, em muitos casos, eram de propriedade dos mesmos grupos das construtoras. De modo que o financiamento era feito direto com a construtora mediante contrato, no qual ficavam estabelecidos as clausuras com valores e normas de compra e venda.

A indústria da construção civil mostrou que o empresariado piauiense descobriu uma nova forma de trabalhar. A construção civil vinha atrelada à Caixa Econômica Federal, com obras financiadas pelo governo. Como não tinha mais isso, os nossos empresários tiveram a inteligência e capacidade de tocar o setor da construção civil de maneira eficaz. E aí está a resposta: Teresina se verticalizando e o setor teve um desempenho excelente. Isso se deu com a descoberta de segmentos da população com alto poder aquisitivo, [...] com dinheiro suficiente para altos investimentos que eram praticamente desconhecidos até pelos economistas e pesquisadores. O sinal da existência do segmento com dinheiro novo no mercado só aparecia no consumo de roupas e acessórios de marcas caras (CRIATIVIDADE ..., 1997, p.2).

É notório que a construção civil na capital do Piauí, voltada para a edificação de condomínios residenciais verticalizados de alto padrão, foi impulsionada por uma população de alto poder aquisitivo que não necessitava recorrer a financiamentos bancários. Esses empreendimentos contribuíram sobremaneira para o processo de segregação social visível na ocupação e parcelamento do solo urbano na capital. Sendo a Zona Leste a região da cidade com maior expansão desse tipo de habitação, que oferecia conforto, bem-estar e segurança para aqueles que podiam pagar altas cifras pelo empreendimento.

A busca incessante por segurança está no centro dessas mudanças como aponta o jornalista Efrém Ribeiro ao trazer dados do próspero mercado de companhias de seguros e de empresas de venda de equipamento de vigilância e de proteção ao patrimônio que chegaram a faturar, apenas do ano de 1996, cerca de 45 milhões de reais. O faturamento desse setor é quase três vezes o valor do orçamento estadual para Secretaria de Segurança Pública nesse mesmo período, que era em torno de 17 milhões. Além de ser um mercado em franca ascensão e extremamente lucrativo uma vez que passa a privatizar a segurança, vendendo a imagem de uma vivência protegida, longe dos perigos da vida urbana, o jornalista também revela que “o medo está mudando o estilo de vida de Teresina. As pessoas aumentaram a altura de seus muros, acabando com as relações mais estreitas com a vizinhança, estão deixando o vidro dos carros fechados” (RIBEIRO, 1997, p.8).

A vida urbana passava por modificações significativas. O medo gerado pela sensação de insegurança levou os moradores das classes mais abastadas a buscar nos enclaves urbanos uma solução mais segura de moradia. Mas para além de trazer novas configurações espaciais elas também reconfiguram vivências e hábitos dos seus moradores, que buscam no isolamento dos muros a proteção contra a violência da cidade.

Observamos que nesse novo modelo o viver em comunidade recebe uma sentença de morte, principalmente quando associado aos novos espaços ocupados pelas elites dominantes. Utilizamos aqui o termo “comunidade” como espaço de convivência mútua, de relações de reciprocidades e de autoajuda, de confiança e de liberdade, de reconhecimento de uma identidade marcada por interesses em comum a um determinado grupo. Essa nova sociedade, pelo contrário, apresenta-se marcada pelo distanciamento, indiferença e desengajamento. Nela as pessoas vivem isoladas em pequenos “burgos” cercados, intensamente guardados e vigiados eletronicamente (BAUMAN, 2003).

À procura desse sentido de comunidade era mais presente nos loteamentos fechados e condomínios horizontais, uma vez que estes ofereciam uma maior área de convivência entre

iguais. O primeiro loteamento e condomínio horizontal de Teresina surgiram na década de 1990, Mansão dos Morros, em 1991, localizado no Bairro dos Morros, e Jardins de Fátima, no Bairro de Fátima, em 1997, respectivamente. Até o ano de 2010, período final do nosso recorte temporal, a capital contava com 31 desses empreendimentos, sendo 7 em formatos de loteamentos e 24 constituídos de casas térreas ou duplex. Sendo a grande maioria concentrados na Zona Leste da cidade, com 25 unidades, sendo 6 loteamentos e 19 de casas (SILVA e *et al*, 2015).

Num quadro de arrefecimento das relações comunitárias, o pequeno grupo dos “burgos” busca reconstruir os elos perdidos do que seria viver em comunidade. Dessa forma, surgem os condomínios de luxo fechados, que oferecem uma vida mais próxima da natureza, com conforto, segurança e liberdade, distante das mazelas sociais, protegida dentro dessa redoma fortificada. Mas ao contrário do que se propagandeiam, esses espaços guardam significativas distâncias em relação àquilo que sócio-antropologicamente podem ser qualificadas como comunidades humanas.

Tratando do fenômeno de implantação de empreendimentos residências fechados em Cotia, região metropolitana de São Paulo, Ana Fani Alessandri Carlos analisou a reprodução do espaço urbano provocado pela implementação de vários espaços residenciais fechados, tendo como estudo de caso o empreendimento Granja Viana, iniciado na década de 1950 e que teve sua consolidação nos anos de 1970. A autora revela por meio de suas pesquisas que o condomínio Granja Viana guardava em sua proposta inicial uma vida em comunidade, mas que a mesma desaparece com a chegada de novos moradores oriundos da cidade de São Paulo (CARLOS, 2008).

A vida pública moderna passou por alterações significativas com a inserção dos espaços públicos, mas não civis, de que nos fala Bauman, evidenciados por shoppings centers e condomínios fechados. Reinaldo Lindolfo Lohn, ao estudar as formas de segregação urbana e espaço público em Florianópolis - SC, afirma que, “é o caso da constituição de espaços urbanos que tende a restringir e redefinir a esfera pública, privilegiando a segurança privada e a intimidade e tendo na segregação espacial um instrumento de constituição de uma nova cultura política, com aspectos de incivilidade e agressão” (LOHN, 2009, p.247).

Um dos problemas abordado sobre o processo de verticalização da cidade trata-se da convivência de espaços modernos com ambientes sem infraestrutura, como as favelas e vilas. Aspecto presente no bairro Ilhotas em Teresina, no qual os primeiros habitantes disputam espaços com suntuosos condomínios de luxo. A valorização dessa área e o progresso

repentino desse bairro é uma consequência de investimentos tanto do poder público como de empresas privadas nas proximidades do rio Poti. A exemplo da construção do Parque Poticabana, dos dois shoppings center, áreas de lazer e comércio interligadas por largas avenidas e pontes como a Juscelino Kubitschek e a Ponte Wall Ferraz, aliados ainda à proximidade do centro de Teresina. Apesar desse processo de valorização dessa área, ainda é visível na paisagem do bairro a convivência com residências simples de antigos pescadores.

Teresina está apresentando muitos contrastes urbanos. No bairro Ilhotas por exemplo existem muitos edifícios, contrastando com centenas de pequenos casebres e mesmo assim a área é uma das mais valorizadas. Apesar da tentativa das construtoras de conseguirem imóveis de antigos moradores do Ilhotas, a maioria ainda resiste entre imponentes condomínios. É que o prazer de morar na área mais nobre da cidade fascina a todos, principalmente que chegou primeiro e acompanha todo o processo de mudança. Mantendo bares, hospedarias, velhos mercados e até roçados. Os velhos moradores sentem-se à vontade com os novos vizinhos. Mas os donos de origem e os novos habitantes não se visitam. A pavimentação cobrada na periferia da cidade deixou de ser problema para as pessoas simples devido a influência de muitos moradores dos apartamentos, alguns deles renomados políticos. Apesar das conquistas esse bairro ainda tem muitos problemas nos mais diversos setores. Uma linha de ônibus, passando por dentro da comunidade, é a maior reivindicação das famílias mais carentes e pioneira da área. Elas também querem posto de saúde e escolas públicas de qualidade (TERESINA JÁ..., 1997, p. 9).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A apropriação dos espaços dar-se de forma diferenciada nesse bairro. Se por um lado, a chegada de novos moradores e a conseqüente valorização da área trouxe alguns benefícios como a pavimentação das ruas, para servir às necessidades dos residentes dos condomínios de luxo, como uma forma de escoamento dos seus automóveis, por outro, elementos essenciais aos moradores mais carentes como transporte público e atendimentos básicos de saúde e educação continuam na pauta das reivindicações. Notamos que a convivência entre esses moradores não se dá de forma harmônica. Se por um lado a chegada de elementos urbanísticos e a própria valorização da área é bem vista pelos velhos moradores, por outro a resistência desse incomodam os novos moradores, que os vêem como um empecilho ao projeto de instalar ali uma área nobre da cidade.

Dessa forma o velho e o novo buscam espaço na cidade, compondo sua paisagem em um diálogo permanente entre o presente e o passado, mas com vistas quase sempre para o futuro, como no slogan da Prefeitura Municipal de Teresina, que dá título a esse artigo: “Teresina cidade futuro”. Observamos que a inserção desses elementos que configuram a modernidade e a modernização contemporâneos como os shopping centers e os condomínios

fechados são aparelhos de uma modernização centrado em um capitalismo global, que traz consigo as marcas da inovação, do novo, mas também carrega consigo as marcas das incongruências desse processo que é ao mesmo tempo moderno e segregador dentro dos espaços urbanos atuais.

Desse modo, fortalece-se aqui a necessidade de compreender a produção desse espaço, considerando como mote o fenômeno urbano através do entendimento do que é a sociedade hoje e dos problemas que emergem no dia-a-dia dos habitantes da cidade, seu modo de vida, de pensar, de morar, de agir, de consumir, suas angústias e suas perspectivas de realização como seres humanos ocupantes desse espaço tendo em vista que “habitar não significa apenas um ato isolado, localizável na carta, mas uma prática [social].” (CARLOS, 2008, p. 24)

Trabalho enviado em Maio de 2016
Trabalho aceito em julho de 2016

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E FONTES

ACREDITE! É fácil morar na Zona Leste. **O Dia**. Teresina, ano XLVI, n. 11.731. p. 3 , 06 dez. 1997.

ANDRADE, T. A.; SERRA, R. V. (org.). **Cidades médias brasileiras**. Rio de Janeiro: Ipea, 2001.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Z. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BAUMAN, Z. **Confiança e medo na cidade**. Rio de Janeiro: 2009.

CALVINO, I. **As cidades invisíveis**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CAPRON, G. **Quand la ville se firme: quartiers résidentiels sécuritisés**. Paris: Bréal, 2006.

CARLOS, A. F. A. **A (re) produção do espaço urbano**. São Paulo: EDUSP-SP, 2008.

CAUDEIRA, T. P. do R. **Cidade de muros: crime, segregação e cidadania em São Paulo**: Editora EDUSP, 2000.

COHEN, Y. S. **Diffusion of an Innovation in an Urban System: The Spread of Planned Regional Shopping Centers in the United States 1949 -1968**. Chicago: The University of Chicago - Department of Geography. 1972.

CONSUMIDORES elogiam a segurança. **O Dia**. Teresina, ano XLVI, n. 11.509. p. 3, 28 abr. 1997.

CRIATIVIDADE leva a verticalização. **O Dia**. Teresina, ano XLV, n. 11.414, p. 2, 20 jan 1997.

ESTÁ na moda morar aqui. **O Dia**. Teresina, ano XLVI, n. 11.5547. p.5 , 05 jun. 1997.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora Unesp, 1991.

IBGE, Censo Demográfico 2010.

LE GOFF, J. **Por amor às cidades**: conversações com Jean Lebrun. Trad. Reinaldo Carmelo Correia de Moraes. São Paulo: Editora da UNESP, 1998.

LOHN, R. L. Segregação urbana e espaço público: o caso de Florianópolis (SC) – 1960-2005. In: NASCIMENTO, F. A. do; MONTE, R. L. (org.). **Cidade e Memória**. Teresina: EDUFPI, 2009.

MELO, J. M. C.; NOVAIS, F. A. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna. In: SCHWARCZ, L. M. **História da vida privada no Brasil**: contrastes da intimidade contemporânea. v. 4. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

O TERESINA Shopping terá ar-condicionado. **O Dia**. Teresina, ano XLVI, n. 11.489, p. 3, abr. 1997.

POULET, G. **O espaço proustiano**. Rio de Janeiro: Imago, 1992.

QUAIS os benefícios que o Teresina Shopping vai proporcionar à cidade. **O Dia**. Teresina, ano XLVI, n. 11.489, p.8, 08 abr. 1997.

REVOADA abre verão do Teresina Shopping. **O Dia**. Teresina, ano XLVI, n. 11.579. p. 13, 19 jul. 1997.

RIBEIRO, Efrém. Insegurança: seguradoras faturam alto. **O Dia**. Teresina, ano XLVI, n. 11.526, p.8, Cad. 2, 15 maio 1997.

SENNET, R. **O declínio do homem público**: as tiranias da intimidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

SILVA, A. S.; ASSIS NETO, A.; OLIVEIRA, L. N. O estudo do processo de verticalização da Zona Leste de Teresina-PI. **Revista Equador** (UFPI), Teresina, v. 2, p. 173-188, 2013.

SILVA, Edmilson. Shopping: movimento supera expectativa. **O Dia**. Teresina, ano XLVI, n. 11.509. p. 11. 28 abr. 1997.

SILVA, G. C.; LOPES, W. G.R.; MONTEIRO, M. S. Presença de condomínios horizontais e loteamentos fechados nas cidades contemporâneas: expansão e transformações do espaço urbano de Teresina, Piauí. **Geosul**, Florianópolis, v. 30, n. 59, jan./jun., p. 167-187, 2015.

SILVA FILHO, E. Loteamento fechado e condomínio deitado. **Revista de Direito Imobiliário**. São Paulo: IRIB, n. 14, jul-dez, 1984.

TERESINA já apresenta contrastes na zona urbana. **O Dia**. Teresina, ano XLVI, n. 11.649. p. 9, 15 set. 1997.

TERESINA Shopping comemora aniversário. **O Dia**. Teresina, ano XLVII, n. 11.868. p. 5, 27 abr. 1998.

TERESINA Shopping já é uma realidade, que você pode aproveitar a partir de abril. **O Dia**. Teresina, ano XLVI, n. 11.465. p. 3, 14 mar. 1997.

TERESINA Shopping já é sucesso como maior empreendimento comercial da cidade. **O Dia**. Teresina, ano XLVI, n. 11.452. p.3, 1º mar. 1997.

TERESINA Shopping: palestra para os lojistas. **O Dia**. Teresina, ano XLV, n. 11.426. p. 8, 1º fev. 1997.

TUDO o que você precisa saber sobre o Teresina Shopping – “Eu posso passar o dia no Teresina Shopping?.” **O Dia**. Teresina, ano XLVI, n. 11.482. p.3, 1º abr. 1997.