



III SRCCC
Seminário Regional
Comércio, Consumo e Cultura
nas cidades
Sobral-CE, 19 a 22 de junho de **2017**

O PAPEL DOS SHOPPING CENTERS NA REGIÃO METROPOLITANA DE FORTALEZA: CENTRALIDADES, COMÉRCIO E CONSUMO

Tiago Estevam Gonçalves¹

José Borzacchiello da Silva²

RESUMO

No que tange à metropolização de Fortaleza, capital do Estado do Ceará, Brasil, novas leituras sobre os shopping centers, enquanto grandes superfícies comerciais, se fazem necessárias. Nessa perspectiva objetivo analisar o papel dos shopping centers nas novas lógicas de produção de centralidades e suas implicações no espaço metropolitano de Fortaleza. Depreende-se que novos conteúdos de Fortaleza podem ser apreendidos, problematizados e investigados, tendo como instrumental reflexivo as categorias, as dinâmicas e os processos espaciais ligados às atividades terciárias. O pressuposto teórico-metodológico está baseado em Henri Lefebvre, tendo como categoria analítica o espaço, mais especificamente a produção do espaço urbano-metropolitano. Considera-se que os shoppings com sua natureza agregadora de atividades, aglutinando diversos ramos do comércio, serviços e lazer, aliada ao seu porte e à sua escala, passaram a ocupar parcelas significativas do espaço, provocando alterações na produção e estruturação da Região Metropolitana de Fortaleza.

Palavras-chaves: MetrÓpole; Shopping Center; Metropolização e Centralidades.

1. INTRODUÇÃO

Na metrópole, os espaços apresentam simultaneidades, conjugam tempos e uma diversidade de motivações, estruturam-se e reestruturam-se através de novas formas comerciais que expressam conjecturas contemporâneas do espaço urbano-metropolitano. No que tange à metropolização de Fortaleza, novas leituras sobre os shopping centers, enquanto grandes superfícies comerciais, se fazem necessárias. Analisa-se que tais empreendimentos têm atuado consideravelmente na alteração das configurações espaciais da metrópole fortalezense como também do seu espaço metropolitano. Os

¹ Professor de Geografia do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará-IFCE. Doutorando em Geografia da Universidade Federal do Ceará-UFC. E-mail tiagoestevam@ifce.edu.br

² Professor Emérito do Departamento de Geografia da Universidade Federal do Ceará-UFC. E-mail borzajose@gmail.com

shopping centers, entre outras dinâmicas contemporâneas, são indubitavelmente expressão material do processo de reestruturação urbano-metropolitana, face à concentração espacial do comércio, entendida também como concentração de capitais e ultimamente associada ao setor imobiliário, o qual envolve algumas “parcelas” do espaço metropolitano.

Nessa direção, designa-se como recorte espacial do artigo a metrópole de Fortaleza e seu espaço metropolitano e como recorte analítico os shopping centers, consubstanciados na dinâmica de novas centralidades. Essas modernas formas do comércio são estruturas urbanas presentes no cotidiano da metrópole fortalezense as quais participam efetivamente do processo de reprodução do espaço urbano e criam, portanto, novos locais para acomodar as atividades recentes, resultando em processos sociais e espaciais a serem percebidos na Região Metropolitana de Fortaleza.

Nesta perspectiva, tem-se como objetivo analisar o papel dos shopping centers nas novas lógicas de produção de centralidades e suas implicações no espaço metropolitano de Fortaleza. Considerando que esses empreendimentos, com sua natureza agregadora de atividades, aglutinam diversos ramos do comércio, serviços e lazer, aliada ao seu porte e à sua escala, passaram a ocupar parcelas significativas do espaço, provocando alterações na estruturação da RMF. A proposta aqui é, pois, contribuir com o debate acerca dos processos inerentes às transformações metropolitanas e à metropolização.

Depreende-se que novos conteúdos da metropolização contemporânea de Fortaleza podem ser apreendidos, problematizados e investigados, tendo como instrumental reflexivo as categorias, as dinâmicas e os processos espaciais ligados às atividades terciárias. Fortaleza, no ano de 2013, de acordo a Associação Brasileira de Shopping Centers – ABRASCE, despontou no cenário nacional com o maior acréscimo de Área Bruta Locável – ABL de shopping centers do Nordeste brasileiro e o terceiro do país. A capital cearense é também considerada a sétima cidade no ranking em potencial de consumo no país e a segunda no Nordeste.

Neste quadro, a diversidade de iniciativas de produção de shopping centers estabelece novas relações entre centro e periferia que têm aberto uma lacuna que apresenta mais interrogações que respostas. Diante desses processos de redefinição de centralidades e produção metropolitana, observa-se a complexa atuação das inovações espaciais do setor terciário – os shopping centers – na nova realidade socioespacial, que, como já foi dito, ganham novos conteúdos sociais, econômicos invadindo paulatinamente a capital cearense e seu espaço metropolitano. Nesse contexto, é imprescindível analisar a metropolização contemporânea fortalezense e seus desdobramentos (DANTAS, 2009).

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICO-METODOLÓGICA

O arcabouço teórico constitui-se em elemento indispensável a toda e qualquer investigação científica, sendo responsável por organizar a realidade estudada e apontar as características essenciais e distintas dos fenômenos. No bojo das reflexões teóricas vêm à tona inicialmente os conceitos de shopping center, cidade, centralidade, espaço urbano, urbanização, metrópole, metropolização e novas centralidades, conceitos esses basilares ao embasamento da temática a ser desenvolvida.

Vargas (2001) relata sobre o papel das atividades terciárias nas cidades, destacando o surgimento dos shopping centers como um novo formato comercial. Essa nova forma de atividade comercial/econômica está intrinsecamente relacionada com as transformações urbanas, ao promover uma reorganização espacial das cidades brasileiras bem como de grandes centros metropolitanos.

A origem do shopping center está relacionada à expansão das lojas de departamentos no Reino Unido e nos Estados Unidos. Rybczynski (1996) destaca que o primeiro shopping center foi o *Northgate*, inaugurado em 1º de maio de 1950, nos arredores da cidade de Seattle. Esse empreendimento foi projetado pelo arquiteto John Graham. Para o Urban Land Institute³, de Washington, os shopping centers para serem conceituados como tal devem satisfazer as seguintes exigências: ter um projeto arquitetônico para o prédio ou prédios que proporcione espaço para estabelecimentos comerciais; ser localizado num único terreno de fácil acesso; possuir área de estacionamento; ter áreas de acesso para entrega de mercadorias, separadas das áreas de recepção do cliente; ter um grupo de inquilinos que proporcione variedades e comparação de mercadorias; oferecer um ambiente que proporcione conforto (inclusive proteção climática), segurança, conveniência e estética agradável.

Os shopping centers, em seu formato atual, envolvem a comercialização de uma grande variedade de produtos disponíveis no mercado (automóveis, roupas, eletrodomésticos, alimentos entre outros) e a oferta de serviços comerciais e pessoais. Apresentam-se, pois, em um primeiro instante, como espaços de consumo e a posteriori como consumo do espaço, tornando-se, assim, um grande centro de convivência frequentado pelas pessoas não somente para adquirir produtos, mas também para se alimentar, se divertir e resolver pequenos problemas do dia a dia (BLOCH; RIDGWAY e DAWSON, 1994). Barata Salgueiro (2001) afirma que os shopping centers são empreendimentos de grande capital que podem produzir aglomeração e em consequência induzir o surgimento de novas centralidades e mudanças estruturais da cidade, ao promoverem concentração e fluxos.

³ O Urban Land Institute é uma organização sem fins lucrativos, global e independente, apoiada por membros que representam todo o espectro de desenvolvimento imobiliário e disciplina de uso do solo.

Ao discutir sobre mudanças na cidade, Whitacker (2003, p. 61) diz que “[...] a cidade é cristalização da urbanização e essa, enquanto processo, não é definida, *in fine*, mas se articula à produção ampla e restrita”. A cidade, no seu conjunto, passa por processos de centralização e descentralização que é ao mesmo tempo combinado e contraditório. A cidade contemporânea se caracteriza pela capacidade de atração e pelos diferentes níveis de concentração, concentração essa que se contrapõe ao fenômeno expressivo de descentralização, como se a cidade continuamente se espraiasse indefinidamente no sentido de sua periferia como forma de se diluir para se recompor em novas formas de concentração (SPOSITO, 2001). Dessa forma, é possível entender que a centralidade se realiza dialeticamente, a partir de duas tendências (abaixo citadas), relacionadas ao estabelecimento das formas urbanas de acordo com a lógica das relações sociais e econômicas vigente.

[...] a) à centralidade, através dos distintos modos de produção, das diferentes relações de produção, tendência que vai atualmente, até o centro decisional, encarnação do Estado, com todos os seus perigos; [...] b) à policentralidade, à oniscentralidade, à ruptura do centro, à disseminação, tendência que se orienta seja para a constituição de centros diferentes (ainda que análogos, eventualmente complementares), seja para a dispersão e para a segregação (LEFEBVRE, 2002, p.112-113).

De acordo com Lefebvre (2002), a centralidade constitui o essencial do fenômeno urbano, sendo considerada um movimento dialético que a constitui e destrói, que a cria e a extingue. Compreende-se desse modo que a centralidade não é somente uma forma, mas ao mesmo tempo conduz a esclarecimentos dos processos no espaço e no tempo, sendo o processo prioritário em relação à forma na produção do urbano e do metropolitano.

Conforme Sposito (1998), a centralidade urbana pode ser abordada em duas escalas territoriais: a escala intraurbana e a da rede urbana. No primeiro nível, enfocam-se as diferentes formas de expressão dessa centralidade tomando como referência o território da cidade ou da aglomeração urbana, a partir de seu centro ou de seus centros. No segundo nível, a análise toma como referência a cidade ou a aglomeração urbana principal em relação ao conjunto de cidades de uma rede, rede essa que, por sua vez, pode ser vista em diferentes escalas e formas de articulação e configuração, de maneira que se possa compreender o papel da cidade central.

Nessa linha de raciocínio, é fenômeno comum no espaço urbano a ocorrência de processos de centralização e descentralização porque o urbano é produto de processos de concentração de pessoas, bens e ideias (CARLOS, 2011). Esses processos são características próprias da urbanização em seu desenvolvimento histórico. De acordo com Lefebvre (2006), o significado dos termos urbano e urbanização ultrapassam os limites das cidades. A urbanização é concebida a partir de interações dos processos sociais e espaciais, os quais permitem a manutenção do capitalismo e a reprodução de suas

relações essenciais de produção. A própria sobrevivência do capitalismo estaria baseada na criação de um espaço social crescentemente abrangente.

O processo de urbanização, ao longo do século XX e início do século XXI, resultou em inúmeras transformações espaciais, econômicas, culturais e sociais. No cerne dessa discussão, não se pode deixar de relacionar os conceitos de urbano e urbanização aos conceitos de metrópole e metropolização. Ribeiro (2009, p. 3) conceitua metrópole, afirmando que ela:

[...] corresponde à cidade principal de uma região, aos nós de comando e coordenação de uma rede urbana que não só se destacam pelo tamanho populacional e econômico, como também pelo desempenho de funções complexas e diversificadas (multifuncionalidade), e que estabelecem relações econômicas com várias outras aglomerações [...].

O processo de metropolização contemporânea deve ser compreendido como uma verdadeira metamorfose do processo de urbanização, ou seja, como uma dimensão importante do processo geral de urbanização da sociedade (LENCIONI, 2008), que se reforça em funções superiores em matéria de decisão, direção e gestão, as mais articuladoras das bases econômicas nacionais aos circuitos globais, concentradas nos principais polos urbanos.

Na perspectiva de Ascher (1998), a metropolização não é um simples fenômeno de grandes aglomerações, mas um processo que penetra no funcionamento do cotidiano delas, assim como de cidades e pequenos centros, e que engendra novos tipos de morfologias urbanas.

Explica-se a metropolização contemporânea com base na concepção dialética de implosão/explosão urbana de Lencioni (2008) e Lefebvre (2002), a qual consiste em uma dilaceração das estruturas internas da cidade principal e na projeção de seus fragmentos sobre as vizinhas, explicadas como a proliferação do tecido urbano.

Nesse contexto, a metrópole contemporânea fortalezense passa a ser caracterizada por uma nova organização espacial, onde se assiste, ao mesmo tempo, à fragmentação do espaço metropolitano e à multiplicação das novas expressões de centralidade engendradas pelos shopping centers. Essas formas têm movimento próprio, delas mesmas, que as articula com outras formas, as próximas e as distantes, também iguais a ela ou diferentes dela. Dessa maneira, os shopping centers, voltados à distribuição de bens de consumo corrente, permitem tanto a reprodução do capital comercial como também a reprodução do capital do setor imobiliário. Nessa perspectiva, Pintaudi (2004) afirma que os shopping centers são os lugares que melhor traduzem o desabrochar das novas centralidades nas metrópoles brasileiras.

Borja (1995) considera as novas centralidades como sendo operações de grande porte geradas pelo setor público e/ou privado, criando áreas em ruptura e com descontinuidade em relação à cidade central existente. As novas centralidades se iniciam e se sustentam a partir de grandes equipamentos

ligados ao setor comercial e de serviços instalados em alguma área propícia à expansão, que possua uma considerável estrutura para fluxos. Desse modo, a atividade comercial constitui-se como a principal responsável pelo surgimento de novas centralidades nos espaços urbano-metropolitanos,

No que tange as etapas metodológicas, a fim de facilitar a construção e o aprofundamento do debate a respeito da temática ora apresentada. Neste direcionamento, os procedimentos metodológicos foram divididos em três etapas: na primeira etapa, foi analisado do aporte teórico mediante pesquisa bibliográfica, seguida de pesquisa de material documental; na segunda, procedeu-se a análise dos dados já colhidos e à realização de visitas aos shoppings; a terceira etapa consistiu em levantamento cartográfico e de sistematização e análise de dados.

A busca de material bibliográfico foi mediante utilização de livros, dissertações, teses, no qual foram aproveitadas algumas teorias e conceitos essenciais à realização do estudo. Destacam-se aqui alguns autores que são referência na abordagem da urbanização e metropolização de Fortaleza: Costa (2015), Silva (2005), Pequeno (2008) e Dantas (2009).

Na fundamentação de questões sobre centralidade, novas centralidades, estruturação, reestruturação urbano-metropolitana, espaços terciários, metrópoles, entre outros assuntos, utilizou-se os estudos teóricos dos autores: Borja (1995), Ascher (1998), Sposito (2001), Salgueiro (2001), Lefebvre (2002), Ribeiro (2009) e Carlos (2011).

Na pesquisa documental, foram realizados levantamentos nos locais descritos a seguir: na Biblioteca Pública Menezes Pimentel; no Laboratório de Estudos Urbanos e Geografia Cultural – LEUR, da Universidade Estadual do Ceará; no Laboratório de Planejamento Urbano e Regional – LAPUR, da Universidade Federal do Ceará; na Prefeitura Municipal de Fortaleza, em órgãos como a Secretaria de Planejamento de Fortaleza – SEPLA; nos Jornais *O Povo* e *Diário do Nordeste*; em outras fontes que se fizerem necessárias no decorrer da pesquisa.

Como suporte operacional das geotecnologias para a construção das bases cartográficas. A utilização de geotecnologias permitiu identificar e mapear a localização dos shoppings e entender a produção das novas centralidades na escala urbana e metropolitana. Após a coleta de todos os dados necessários – documentos, mapas, fotografias, periódicos, livros, monografias, dissertações, teses, entre outros –, realizou-se uma análise apurada para escolher o material a ser usado, etapa essencial na construção do artigo.

3. A REGIÃO METROPOLITANA DE FORTALEZA NO CONTEXTO DE GLOBALIZAÇÃO: OS NOVOS AGENTES ECONÔMICOS NA ESCALA METROPOLITANA

A RMF vem recebendo, com maior ou menor peso, as influências da presença de novos agentes econômicos, na maior parte dos casos empresas de grande porte econômico e/ou respondendo a interesses de inovação comercial-imobiliária. São, sobretudo, agentes que trazem consigo novas práticas e formas de atuação e expressam, por meio da produção de formas comerciais, estratégias de desenvolvimento do capitalismo contemporâneo.

No Ceará, a Região Metropolitana de Fortaleza vem experimentando transformações rápidas, com mudanças substanciais em sua estrutura e fisionomia urbana. No Estado, a dinâmica dos processos econômico-sociais, alcançada nos últimos 30 anos decorrentes de recursos oriundos de agências regionais de desenvolvimento, registraram marcas significativas no espaço da Região Metropolitana de Fortaleza (SILVA, 2009, p.16).

Fortaleza se enquadra em um novo modelo de urbanização metropolitana, cujas tendências de expansão urbana da metrópole vão incorporando as cidades, progressivamente, dentro de um sistema metropolitano cada vez mais amplo e complexo. Presencia-se uma expansão contemporânea metropolocêntrica⁴, criando um padrão de rede interurbana e com limites menos precisos, sendo que, dificilmente, são definíveis em sentido strito sensu.

A questão metropolocêntrica é entendida diante das características de policentralidade que se dá diante da expansão metropolitana. “A Policentralidade, tendência que se orienta seja para a constituição de centros diferentes (ainda que análogos, eventualmente complementares), seja para a dispersão e para a segregação” (LEFEBVRE, 2002, p.113). Daí considerou-se relevante o termo metropolocêntrico que é utilizado no intuito de entender a escala urbano-metropolitana no contexto atual de multicentralidade comercial e de serviços no desenvolvimento urbano e metropolitano de Fortaleza, que ocorre, grosso modo, de maneira “desconcentrada-concentrada”, sendo que Fortaleza apresenta características de uma “metrópole expandida”.

É evidenciado deste modo que “as metrópoles e grandes cidades seguem ao mesmo tempo, densificando seus interstícios e se expandido em territórios indetermináveis (MOURA, 2013, p. 34). Conforme Lencioni (2003, p.8) “Neste sentido, pensar a metrópole, a região metropolitana ou o entorno metropolitano é pensar uma região. Mesmo examinando apenas a metrópole, o espectro da região aparece, porque ela em si, não é mais uma cidade isolada, mas uma cidade-região.

Parafraseando Soja (1993, p.227) afirma que:

[...] Há uma reestruturação interna igualmente paradoxal das regiões metropolitanas, marcada por uma desconcentração e uma recentração das nodalidades urbanas. A

⁴ A escala de uma região metropolitana, a evolução para uma estrutura reticular permitiria, assim, [...] estruturando-se progressivamente uma armadura urbana de tipo policêntrico [...] em que os fluxos de carácter polar e que se articulam com um esquema mais complexo de interrelações e de dependências funcionais.

suburbanização/metropolização difusa continua, mas já não parece tão inequivocamente associada ao declínio dos centros das cidades.

Tal dinâmica experimentada por Fortaleza não é um fato isolado, contudo, novas escalas espaciais de organização no mundo globalizado tem se revelado, principalmente, nas principais metrópoles mundiais e do Brasil. “[...] O certo é que o sistema capitalista aperfeiçoou seus instrumentos, inclusive o manejo mais ágil das escalas e a capacidade de utilização do espaço construído. [...]” (BRANDÃO, 2007, p.52).

É salutar destacar que os mecanismos de desenvolvimento econômico no metropolitano fortalezense desempenha função a partir da economia de aglomeração com influência de escala mundial à escala regional-local. Tal característica da economia está intrínseca ao processo globalizado de internacionalização das atividades econômicas e é composta pela tríade: divisão do trabalho, organização e fluidez do mercado de trabalho e por fim a interligação de redes, se desdobram, primeiramente, nas aglomerações metropolitanas como sendo o *locus* de otimização das funções produtivas e da sua articulação por complexas redes e fluxos; segundo, são necessárias à flexibilização dos processos produtivos, à inovação e à mobilidade social da população; terceiro, possuem uma complexidade dos fluxos de conhecimentos sendo este fator determinante da inovação, bem como, fundamental para as grandes metrópoles mundiais. (SCOTT, 1998; VELTZ, 1996).

Além disso, uma reconcentração de funções administrativas de alto nível, as operações de controle e tomada de decisões no âmbito do processo de produção, como resultado de economias de aglomeração ainda pendentes da metrópole e sua concentração massiva de informações acontece, particularmente no campo da inovação tecnológica (AGUILAR, 2002; SASSEN, 1998; TRUFFELLO; HIDALGO, 2015).

Deste modo, nas últimas décadas, o processo de crescimento das áreas metropolitanas, como consequência do processo de globalização e reestruturação produtiva, provocou uma forte reestruturação na morfologia das urbes (DE MATTOS, 2001, 2004). Deste modo, “[...] a globalização também está produzindo um novo homem e nova sociedade por meio de transformações nos Estados, nos mercados, nos processos de trabalho, na estética [...], na ocupação do território, na produção do ambiente [...]” (MARICATO, 2007, p. 52).

Neste contexto, dialogando com Pequeno (2015) sobre o quadro fortalezense, o autor ratifica que nos últimos anos do século XX e início do século XXI, a Região Metropolitana de Fortaleza, no cenário de globalização da economia, passa por um constante processo de reestruturação produtiva na qual ganha formas diversas, com a instauração de políticas governamentais inseridas num espectro que abrange do neoliberalismo ao neodesenvolvimentismo.

O autor supracitado apresenta, também, uma série de atividades econômicas responsáveis pelas mudanças recentes em Fortaleza, como: a atividade agropecuária, concentrada nos vales úmidos e diretamente associada à nova política estadual de gestão dos recursos hídricos, cita Elias (2010) que estuda o agronegócio da fruticultura como um dos vetores do desenvolvimento econômico do Ceará. “Dentre os vínculos espaciais com a RMF destacam-se o escoamento da produção voltada para o mercado internacional globalizado através do Porto do Pecém⁵, assim como o reconhecimento de Fortaleza como mercado consumidor, os quais demandaram melhorias nas infraestruturas viárias regionais” (PEQUENO, 2015, p.16).

O processo de industrialização ocorrido no estado nas últimas décadas, apesar da dispersão industrial por municípios com função de centro regional, tem reforçado o crescimento da importância da Região Metropolitana de Fortaleza e alterado profundamente sua configuração espacial em função do porte e da quantidade de empreendimentos do setor secundário instalados no período. Por um lado, nota-se a presença de concentrações industriais nos municípios da RMF periféricos à capital, com destaque para o Complexo Industrial. (PEQUENO, 2015, p.16).

Deve-se notar que Fortaleza neste processo de globalização adentra uma dinâmica territorial tanto de dispersão como de concentração urbana e metropolitana. Portanto, existe uma dispersão da atividade econômica em nível metropolitano, facilitada pela evolução e modernização de infraestrutura das redes, da logística e do setor das telecomunicações, que fornece uma expansão das funções essenciais, principalmente, ligadas às atividades de comércio e serviços, contudo, Fortaleza exerce forte centralidade sobre o espaço metropolitano e regional, evidenciado pelas atividades que exigem maior complexidade, bem como em termos de ligações rodoviárias.

Nesta conjuntura, os processos de produção do espaço se fragmentam, com fortes repercussões na expansão da metrópole, assim, a difusão urbana das atividades produtivas pode estar localizada em áreas periféricas. Tais processos desencadeados resultam da atuação dos diversos interesses dos agentes produtores do espaço, a destacar aqueles ligados ao capital imobiliário-financeiro.

Como resultado de outra rodada de reestruturação, o capital financeiro tornou-se ainda mais significativo na modelagem do espaço urbano em conjunção não apenas com o capital industrial, mas também, cada vez mais, com o outro agente de regulação e de reestruturação espacial, o Estado. Essa coalizão entre o capital e o Estado funcionou eficazmente,

⁵ [...] A Metrópole apresenta algumas outras características específicas, como a implantação do Porto do Pecém, inaugurado no ano de 2001, que tem estimulado o aumento da urbanização para o lado oeste; a criação de um corredor industrial na BR 116, com inúmeras indústrias instaladas ao longo da rodovia; a construção recente do Centro de Eventos, o surgimento de novas áreas de centralidade, o aparecimento progressivo de condomínios residenciais horizontais, sobretudo desde a década de 2000-2010, que configuram uma nova tipologia, gerando espaços mais fragmentados (DIÓGENES, 2012, p.33).

replanejando a cidade como uma máquina de consumo duráveis. O crescimento dessa “fronteira de grama” das casas suburbanas também intensificou a segregação residencial, a fragmentação social e a segmentação ocupacional da classe trabalhadora. (SOJA, 1993, p. 126)

Harvey, no livro *Condição Pós-Moderna*, (2004, p.267) afirma que “Quanto menos importantes as barreiras espaciais, tanto maior a sensibilidade do capital às variações do lugar dentro do espaço e tanto maior o incentivo para que os lugares se diferenciem de maneiras atrativas ao capital”.

A metropolização, que tem Fortaleza como cidade principal, não ocorreu independente de processos mais gerais como a globalização e a reestruturação do capital, as quais dinamizaram a economia do Ceará, não obstante seu caráter fragmentário e excludente. Com a introdução de novas tecnologias e as alterações nas redes técnicas, o aprofundamento da globalização na economia brasileira e as novas formas de comunicação, mediante ampliação da organização em redes (produção e distribuição, prestação de serviços, gestão política e econômica), o Ceará se reinsere na divisão territorial do trabalho em novos moldes, repercutindo na organização da Região Metropolitana de Fortaleza (RMF) (COSTA, AMORA, 2015, p. 32).

Fortaleza, como expressão de uma metrópole periférica, ganha uma dimensão tanto demográfica como de influência econômica de proporções acentuadas no que tange à escala regional-nordestina, portanto, desempenha um importante papel de comando na rede urbana cearense e nordestina. De tal modo, enquanto uma grande metrópole se constitui como resultante do processo de reestruturação econômica que gradualmente foi incorporando elementos que a coloca em uma posição de interesse econômico no cenário de competitividade na arena global.

Imediatamente, no processo atual, os nós metropolitanos precisam apresentar-se com especificidades para atrair o investimento não somente local como, por sua vez, internacional dadas às políticas neoliberais mundializadas, mesmo que algumas destas não sejam tão benéficas para a metrópole, neste conjunto, o Estado como forte propulsor do ideário dos interesses capitalistas se mostra ineficaz quanto à gestão e ao planejamento sustentável-metropolitano de Fortaleza.

4. Shopping centers e centralidades na dinâmica contemporânea da RMF

Os shopping centers representam uma forma moderna de produção socioespacial no que diz respeito aos padrões arquitetônicos, socioeconômicos, espaciais e simbólicos. Considerando que o espaço urbano-metropolitano é revelador de um tempo que se materializa, pode-se afirmar que esses equipamentos geradores de espaços de consumo são talvez uma das melhores ilustrações da relação tempo/espaço na metrópole contemporânea.

As formas de comércio têm uma história na cidade. Possuem seu lugar e papel na construção do urbano, na medida em que novas condições e novos produtos são inseridos no processo geral de

circulação do capital. A prática comercial, fruto da divisão social do trabalho, vem se transformando ao longo do tempo, tendo passado de atividade nômade a sedentária; de individual a coletiva; de padrões de pequena escala a grande escala; de concentrada nos centros tradicionais a descentralizada em novas áreas centrais.

De acordo com Salgueiro (2001) e Ortigoza (2008), o comércio influencia fortemente as cidades, de modo que as relações pautadas entre comércio e cidade vão ganhando uma complexidade de análise, pois se percebem práticas socioespaciais de diversos atores, tais como comerciantes, consumidores, promotores imobiliários e produtores/fabricantes.

Os shoppings centers, como exemplos de grandes áreas de consumo, fazem parte da dinâmica da metrópole contemporânea fortalezense, tendo havido, nesta última década, um verdadeiro *boom* desse tipo de produção imobiliária-comercial em diversas áreas da cidade e de seu espaço metropolitano. A localização, a estrutura e o funcionamento desses estabelecimentos interferem no processo de reprodução do espaço urbano e metropolitano, já que o comércio contém e produz centralidade.

No sentido de produção do espaço fortalezense percebe-se uma relação intrínseca entre as novas centralidades e os shopping centers. Tais relações na cidade de Fortaleza representam a concretização de novos processos estruturais no espaço urbano, incentivando, assim, novos vetores de valorização e expansão urbana. Na área de entorno dos shopping centers averiguou-se um incremento de novos fluxos e de novas atividades de comércio e serviços, o que permitiu o fortalecimento de um caráter diferencial de determinadas parcelas da cidade.

Neste contexto, em termos de evolução espacial dos shoppings na Região Metropolitana de Fortaleza (Quadro 01) desde o surgimento, a expansão e o recente *boom* dos shoppings. Pode-se afirmar que as décadas de 1970 e 1980 são consideradas como período de gênese desses empreendimentos na capital cearense, as décadas de 1990 e 2000 período de expansão e consolidação dos shoppings através das práticas socioespaciais e por fim e esta última década (anos 2010) o chamado boom destes equipamentos atrelados à tríade do capital comercial-imobiliário-financeiro, bem como em seu espaço metropolitano, este último período também se apresenta de modo singular dado às relações sociais de produção e reprodução do espaço urbano e metropolitano.

Assim, os shoppings podem ser percebidos no contexto das centralidades (FIGURA 01), no qual conduz ao entendimento de uma nova articulação espaço-tempo, e tal articulação implica uma nova configuração social.

A estruturação urbana de Fortaleza baseada em vários núcleos de comércio e serviços gera uma complexidade de análise, com isso “cada fração da cidade deve ser analisada em suas especificidades, mas, ao mesmo tempo compreendida em suas relações com outras frações do mesmo

espaço urbano e desses com outros espaços, relações estas estabelecidas por diferentes atores sociais” (SPOSITO, 2001, p.88).

Shoppings	Município	Ano de Inauguração	ABL (m ²)	Lojas	Pisos	Administradora
Center Um	Fortaleza	1974	10.060	48	2	Própria
Shopping Iguatemi	Fortaleza	1982	92.000	480	3	JCC
North Shopping Fortaleza	Fortaleza	1991	52.000	300	3	Ancar Invahoe
Avenida Shopping & Office	Fortaleza	1994	6.454	206	3	Própria
Salinas Casa Shopping	Fortaleza	1996	13.496	45	1	Própria
Shoping Aldeota	Fortaleza	1998	14.870	240	5	Própria
Shopping Benfica	Fortaleza	1999	13.056	163	3	Própria
Del Paseo	Fortaleza	2000	10.500	102	3	Própria
North Shopping Maracanaú	Maracanaú	2003	20.000	129	3	Ancar Invahoe
Shopping Via Sul	Fortaleza	2008	24.500	144	6	Ancar Invahoe
Pátio Dom Luis	Fortaleza	2010	5.000	61	2	Própria
landé Shopping Caucaia	Caucaia	2012	9.000	79	2	Própria
Shopping Parangaba	Fortaleza	2013	32.000	230	3	Aliansce SC
North Shopping Joquei	Fortaleza	2013	35.000	237	3	Ancar Invahoe
RioMar Fortaleza	Fortaleza	2014	93.000	385	6	JCPM
Eusébio Open Mall	Eusébio	2014	11.740	50	1	Própria
Maranguape Shopping Mall	Maranguape	2015	8.500	75	3	Própria
Grand Shopping Messejana	Fortaleza	2016	14.040	193	4	Lumine
RioMar Kennedy	Fortaleza	2016	54.000	275	3	JCPM

Fonte: Abrasce, 2016; Pesquisa direta

No bojo desta questão, o processo de descentralização de Fortaleza possibilitou o surgimento de novos núcleos de atividades terciárias, que neste primeiro instante, atuaram de modo secundário diante do centro tradicional, contudo, com o decorrer dos anos e das novas dinâmicas da economia urbana fortalezense, alguns destes novos núcleos passaram a agir por sua vez como núcleos autônomos com papéis definidos na estrutura intraurbana e até intrametropolitana, sendo que, não os podem considerar apenas como áreas coadjuvantes no processo de desenvolvimento urbano de Fortaleza, dada a capacidade de atração de atividades, bem como, de polarização da capital cearense.

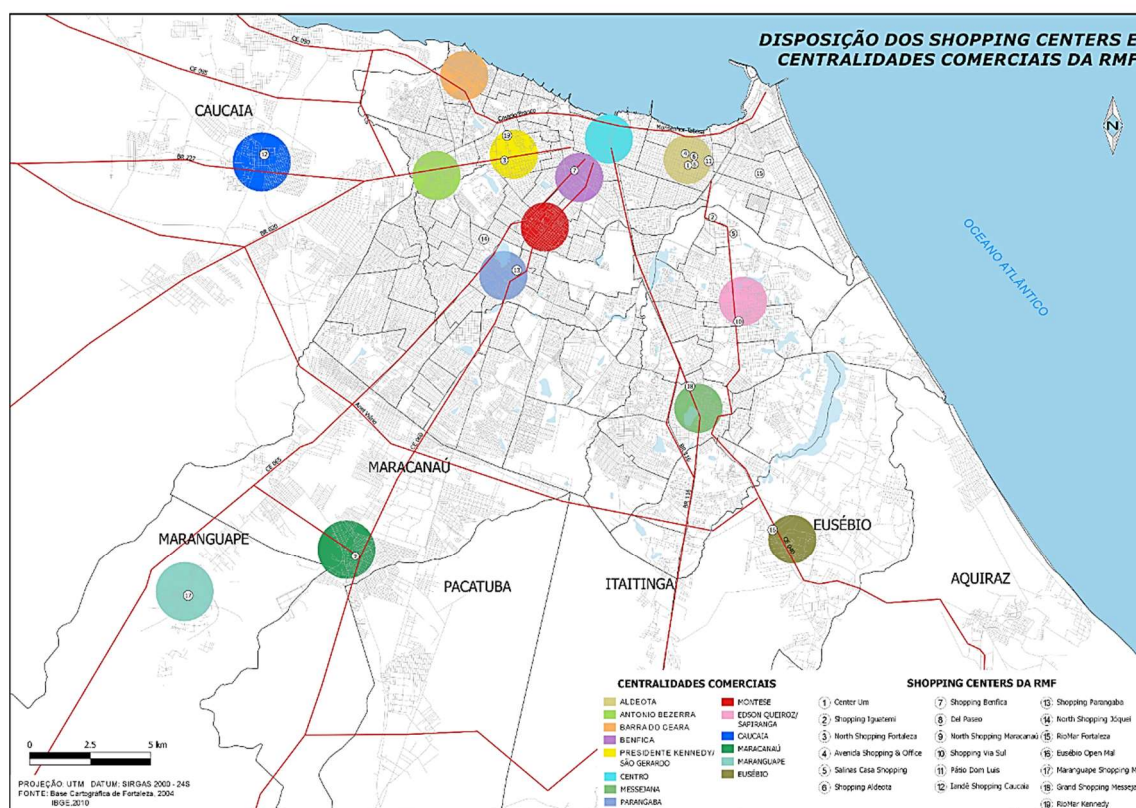


Figura 01- Disposição dos shopping centers e centralidades na RMF

Desta forma, com a instalação e desenvolvimento dos shopping centers, as novas áreas centrais sofreram algumas modificações, percebe-se, assim que a presença destes equipamentos geram uma dinâmica comercial-imobiliária específica, que até então, não havia sido vivenciada. Com isso, faz-se necessário apreender estes empreendimentos como elemento importante na estruturação urbana de Fortaleza, bem como no espaço metropolitano dada a concentração e diversidade de serviços e comércio.

A metrópole atual revela transformações visíveis, expressas em suas paisagens, nas quais são notórias em suas reconfigurações espaciais, novas estruturas, bem como, em novos usos e funções, associados a isto intrinsecamente se desenvolvem novas dinâmicas das periferias urbanas, com características específicas, ou seja, diferente daquelas que se formaram com o processo de descentralização desencadeado nas décadas de 1970-1980 (DIÓGENES, 2012).

Diante disto, pode-se falar de uma nova forma de centralidade urbano-metropolitana. Se, de um lado, tem-se uma ligação tradicional com o centro urbano de Fortaleza, por outro lado, atenta-se a expansão rumo às franjas metropolitanas de complexas construções comerciais e imobiliárias como:

escritórios corporativos, condomínios residenciais, torres comerciais, shopping centers, hipermercados e cadeias alimentares que promovem novas centralidades metropolitanas.

Os espaços terciários também ganham mais evidência, reconhecendo-se por um lado um leve deslocamento para a periferia da metrópole, mediante a implantação de shopping centers nos municípios conurbados a Fortaleza, como ocorreu em Maracanaú e Caucaia [...] (PEQUENO, 2015, p.20).

Há um processo de distribuição espacial do setor terciário, principalmente para Maracanaú e Caucaia, sendo que esses possuem maior nível de integração com Fortaleza (PEQUENO 2008). Neste sentido, Caucaia desempenha diferentes funções na RMF (lazer, residência, turismo e indústria) e Maracanaú desempenha destaque no processo de industrialização da RMF (a partir da instalação do Distrito Industrial na década de 1960) e nos últimos anos tem ganhando força em termos de novos investimentos de cunho imobiliário e comercial. Estes dois municípios têm se desenvolvido de modo a delinear-se no contexto de centralidade metropolitana.

No contexto metropolitano, acompanhando os eixos de expansão urbana fortalezense, tem-se a emergência de shopping centers também em Eusébio e em Maranguape fruto das novas estratégias do capital comercial-imobiliário. Assim, Eusébio aparece na dinâmica de expansão de Fortaleza rumo ao leste (tendo como eixo comercial a Avenida Washington Soares na capital e como continuidade a CE-040 já em Eusébio). O Eusébio Open Mall é instalado na CE-040, importante eixo de expansão imobiliário e turística. Já o município de Maranguape entra no contexto de expansão urbana no eixo aao sul de Fortaleza perpassando Maracanaú, assim o surgimento do Maranguape Shopping Mall, no Centro de Maranguape, resulta do processo de produção metropolitana que extravassa a metrópole ao mesmo tempo em que reforça a centralidade de Fortaleza. Neste sentido, evidenciam-se os novos nós de concentração e descentralização que surgem decorrentes das dinâmicas metropolitanas (MAPA 02).

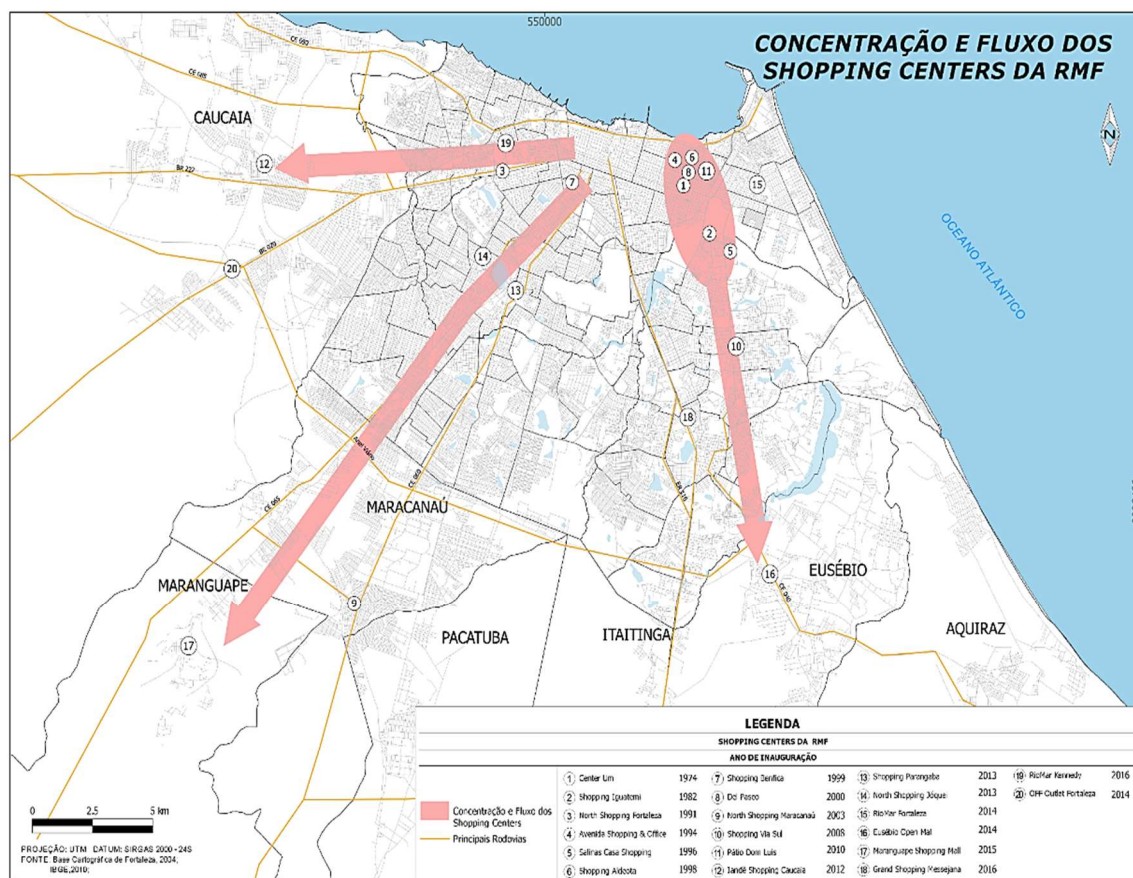


Figura 02- Concentração e fluxos dos shopping centers na RMF

Assim, vivia-se uma dinâmica metropolitana de fluxos e ações de diversos agentes produtores do espaço que possuem implicações não somente na cidade em que há determinadas intervenções e que resultam na produção do espaço. Por isso, as cidades, principalmente, do entorno fortalezense são sobrepujadas pela metrópole e suas expansões metropolitanas. Segundo Souza (2013) a urbanização é marcada pela produção de centralidades e a metropolização pela reprodução das centralidades em rede. Deste modo, a implosão-explosão da metrópole constitui o processo de difusão das formas e conteúdos metropolitanos.

A nova geografia metropolitana mostra-se pautada na lógica de dinamização das economias modernas e dos “ajustes espaciais”, estimulando novas formas de morar e consumir, tornando-se a produção metropolitana complexa. Daí, há cada vez mais uma relação intrínseca entre os diferentes capitais e diversos setores da economia. Diante disso, na próxima sentença buscará entender e caracterizar a região metropolitana de Fortaleza mediante este novo quadro de expansão e consolidação de novas dinâmicas econômicas.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste âmbito, percebeu-se nesta década uma expansão no número de shoppings inaugurados em bairros de Fortaleza até então pouco explorados, como Parangaba, Jóquei Clube Papicu e Messejana, bem como na RMF, nos municípios de Caucaia, Maranguape e Eusébio. Nesta atual fase, os shoppings possuem novos agentes envolvidos, com novos processos, sendo muitas vezes associados à produção de condomínios e torres comerciais, evidenciando, assim, novas paisagens urbanas de rupturas da continuidade do território urbano. Também, no bojo da questão, os shoppings tendem a apresentar novas lógicas de localização, mostrando uma relação direta com a intensificação da produção imobiliária em novas áreas da RMF.

As novas dinâmicas rumo às áreas de franjas metropolitanas passam a ser alvo da implantação de projetos de grande capacidade de produção, assim, percebe-se as faces, primeiro, da atuação do Estado-planejador como condicionador e articulador de infraestrutura e aprovando tais projetos desenvolvimentista, possuindo implicações no processo de incremento de “novas localizações; e segundo, do papel do capital imobiliário que apreende as demandas por novos “produtos urbanísticos”, provocados dentre outros fatores, pelos deslocamentos espaciais de determinados grupos de classes em direção à essas áreas, terceiro, da necessidade de novos espaços produtivos em conformidade aos interesses do capital globalizado.

Há uma diversidade de shoppings que surgem, com características variadas, de acordo com o público a que se destina. Uns com maior requinte e luxo e produtos ditos de melhor padrão, que atendem principalmente as classes mais abastadas, enquanto outros com uma arquitetura menos sofisticada que, por sua vez, atendem a população menos abastada. Neste sentido expor e apresentar as mercadorias ganha uma nova dimensão; esses equipamentos investem na decoração, arquitetura, iluminação, cores, fundo musical, aromas, para de fato haver a atração e concretização da venda.

Outra questão da dinâmica metropolitana fortalezense é a respeito da diversidade de iniciativas na produção de shopping centers na RMF, no qual estabelece novas relações entre centro e periferia, sendo que tem aberto uma lacuna que apresenta mais interrogações que respostas. Diante desses processos de redefinição de centralidades e produção metropolitana, observa-se a complexa atuação das inovações espaciais do imobiliário-terciário. Assim, os shopping centers na nova realidade socioespacial ganham novos conteúdos sociais e econômicos, nos quais invadem paulatinamente a capital cearense e seu espaço metropolitano.

No que tange ao poder aglomerativo dos shoppings com comércio e serviços em um local que se encontra tudo de maneira confortável, protegida e segura, estão por sua vez atrelados aos interesses da renda da terra urbana, logo, fortalece a ação de diversos agentes urbanos.

Outro aspecto salutar quando se trata da realidade da RMF é o crescimento da renda, que devido a isto ocorreu um acréscimo de novos empreendimentos, no intuito de contemplar estes novos consumidores em potencial, assim, desmistifica em parte o acesso por parte daqueles mais desprovidos de condições financeiras, contudo, não quer dizer também que eles podem atuar na segregação e fragmentação socioespacial. De todo modo, independentemente, da face que assumam estes empreendimentos é indiscutível sua importância crescente na dinâmica das metrópoles contemporâneas.

Assim sendo, avançando no entendimento de shopping é o meio pelo qual o mercado solidificou seus aspectos em nossos espaços, edifícios, cidades, atividades e vidas. É o resultado material do grau do qual a economia de mercado tem moldado nosso ambiente e, finalmente, nós mesmos, sendo que o consumo está derretendo tudo, mas tudo está derretendo em consumo.

REFERÊNCIAS

ABRASCE, ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SHOPPING CENTERS. Disponível em <http://www.portaldoshopping.com.br/>. Acesso em: 20 abr. 2013.

AGUILAR, A. G. Las mega-ciudades y las periferias expandidas. Ampliando el concepto en Ciudad de México. **Revista eure** (Vol. XXVIII, N° 85), pp. 121-149, Santiago de Chile, diciembre 2002.

ASCHER, F. **Metápolis**: Acerca do futuro da cidade. Tradução: Álvares Domingues. Oeiras, Portugal: Celta editora, 1998.

BARATA SALGUEIRO, T. Barata. **Lisboa, Periferia e Centralidades**. Celta: Oeiras, Portugal, 2001.

BLOCH, P. H.; RIDGWAY, N. M.; DAWSON, S. A. The shopping mall as consumer habitat. **Journal of Retailing**, v. 70, n. 1, p. 23-42, Spring 1994.

BORJA, J. O desafio da cidade mundial. Centro Histórico fortalecido deve articular periferias e novas centralidades. Conferência ministrada no Encontro Preparatório do Seminário Internacional do Centro Século XXI. **Viva o Centro em Revista**. São Paulo, n. 11, junho, ano 4, 1995.

BRANDÃO, C. A. **Território & desenvolvimento**: as múltiplas escalas entre o local e o global. Campinas: Ed. da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), 2007.

CARLOS, A. F. A.; SOUZA, M. L. de; SPOSITO, M. E. B. (Orgs.). **A produção do Espaço**. Agentes e processos, escalas e desafios. São Paulo: Contexto, 2011.

COSTA, M. C. L.; AMORA, Z. B. Fortaleza na rede urbana brasileira: de cidade à metrópole In: COSTA, M. C. L.; PEQUENO, R. (editores). **Fortaleza**: transformações na ordem urbana. Rio de Janeiro: letra capital: Observatório das metrópoles, 2015.

DANTAS, E. W. C.; SILVA, J. B. da. A formação histórica da metrópole e principais tendências de desenvolvimento. In: PEQUENO, L. R. B. (Org.). **Como anda Fortaleza**. Rio de Janeiro: Letra Capital/Observatório das Metrópoles, 2009.

DE MATTOS, C. A. Santiago de Chile: Globalización y expansión metropolitana: lo existía existiendo. **Revista Eure**, Santiago de Chile, nº76, dez, 2004.

DE MATTOS, C. A. Movimientos del capital y expansión metropolitana em las economias emergentes latinoamericanas. **Revista de Estudios Regionales**, Málaga, n.60, mai-ago, 2001.

DIÓGENES, B. H. N. **Dinâmicas urbanas recentes da área metropolitana de Fortaleza**. Tese de Doutorado, FAUUSP, São Paulo, 2012.

HARVEY, D. **Condição Pós-Moderna**. 13º ed. São Paulo: Loyola, 2004.

LEFEBVRE, H. **A produção do espaço**. Trad. Doralice Barros Pereira e Sérgio Martins (do original: La production de l'espace. 4e éd. Paris: Éditions Anthropos, 2000). Primeira versão : início – fev, 2006.

LEFEBVRE, H. **A revolução Urbana**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002.

LENCIONI, S. Concentração e centralização das atividades urbanas: uma perspectiva multiescalar. Reflexões a partir do caso de São Paulo. **Revista de Geografia Norte Grande**. Santiago, Chile, n. 39, 2008.

LENCIONI, S. A emergência de um novo fato urbano de caráter metropolitano em São Paulo. A particularidade de seu conteúdo sócio-espacial, seus limites regionais e sua interpretação teórica. Encontro Nacional da Anpur, 10. Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional (Anpur), maio 2003. (1 CD-ROM).

MARICATO, E. Globalização e política urbana na periferia do capitalismo. In RIBEIRO, L.C. de Q.; SANTOS JÚNIOR, O. A. dos. **As metrópoles e a questão social brasileira**. Rio de Janeiro: Revan, Fase, 2007.

MOURA, R. Configurações espaciais da metropolização brasileira. **Revista eletrônica de estudos urbanos: e-metropolis**, n 13, ano 4, junho de 2013.

ORTIGOZA, S. A. G. A metrópole pós-moderna como centro do consumo: notas sobre São Paulo (Brasil) e Lisboa (Portugal). **Revista Estudos Geográficos**. Rio Claro, v. 6, n. 1, 2008.

PEQUENO, L. R. B. Apresentação. In: COSTA, M. C. L.; PEQUENO, R. (editores). **Fortaleza: transformações na ordem urbana**. Rio de Janeiro: letra capital: Observatório das metrópoles, 2015.

PEQUENO, L. R. B.. Análise sócio-ocupacional da estrutura intra-urbana da Região Metropolitana de Fortaleza. **Mercator – Revista de Geografia da UFC**. Fortaleza, ano 7, n. 13, 2008.

PINTAUDI, S. M. Para uma leitura das formas de comércio varejista na cidade. **Revista Cidades**. Presidente Prudente: Grupo de Estudos Urbanos, v. 7, n. 11, 2004.

RIBEIRO, L. C. de Q. (Org.). **Hierarquização e identificação dos espaços urbanos**. Rio de Janeiro: Letra Capital, Observatório das Metrópoles, 2009.

RYBCZYNSKI, W. **A vida nas cidades: Expectativas urbanas no Novo Mundo**. Tradução: Beatriz Horta. Rio de Janeiro: Record, 1996.

SASSEN, S. **As cidades na economia mundial**. São Paulo: Nobel, 1998.

SCOTT, A. J. **Regions and the World Economy: The Coming Shape of Global Production, Competition, and Political Order**. Oxford: Oxford University Press, 1998.

SILVA, J. B. Características Gerais da Região Metropolitana de Fortaleza (RMF). In: DANTAS, E; COSTA, M. C. L. **Vulnerabilidade socioambiental na região metropolitana de Fortaleza**. Fortaleza: Edições UFC, 2009.

SILVA, J. B. da. A região metropolitana de Fortaleza. In: SILVA, José Borzacchiello da; CAVALCANTE, Tércia Correia; DANTAS, Eustógio Wanderley Correia (Org.). **Ceará: um novo olhar geográfico**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2005.

SOUZA, E. A. L. **Metropolização Litorânea: produção dos espaços dos lazeres e mercado imobiliário**. Dissertação (Mestrado em Geografia). Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2013.

SOJA, E. **Geografias pós-modernas. A reafirmação do espaço na teoria social crítica**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1993.

SPOSITO, M. E. B. A gestão do território e as diferentes escalas da centralidade urbana. **Revista Território**. Rio de Janeiro: LAGET/UFRJ, n. 4, 1998.

SPOSITO, M. E. B. (Org.). Novas formas comerciais e a redefinição da centralidade intra-urbana. **Urbanização e cidades: Perspectivas geográficas**. Presidente Prudente: UNESP, GASPERR, 2001.

TRUFFELLO; R. HIDALGO; R. Policentrismo en el Área Metropolitana de Santiago de Chile: reestructuración comercial, movilidad y tipificación de subcentros. **EURE** vol.41, nº 122, enero2015, p.49-73, 2015.

URBAN LAND INSTITUTE. **Shopping Center Development Handbook**. Disponível em <<http://www.uli.org/>>. Acesso em: 20 jan. 2012.

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

VELTZ, P. **Mondialization**: villes et territoires: l'économie d'archipel. Paris: Presses Universitaires de France, 1996.

WHITACKER, A. M. **Reestruturação urbana e centralidade em São José do Rio Preto – SP**. (Doutorado em Geografia) Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Estadual Paulista, 2003.