



Geografia

O SHOPPING JUREMA COMO FATOR DE TRANSFORMAÇÃO ECONÔMICA DA AVENIDA SÃO VICENTE DE PAULA, ARATURI/ CAUCAIA - CEARÁ

THE JUREMA SHOPPING AS A FACTOR IN THE ECONOMIC TRANSFORMATION OF AVENIDA SÃO VICENTE DE PAULA, ARATURI/CAUCAIA - CEARÁ

LAS COMPRAS JUREMA COMO FACTOR DE TRANSFORMACIÓN ECONÓMICA DE LA AVENIDA SÃO VICENTE DE PAULA, ARATURI/CAUCAIA - CEARÁ

Érica Aparecida da Conceição de Sousa¹

erica.aparecida@aluno.uece.br

Luiz Nobre da Silva Júnior¹

luiz.nobre@aluno.uece.br

Lara Lima Lourenço²

laralimalourenco@hotmail.com

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo analisar o processo de (re)funcionalização econômica comercial varejista no eixo da Avenida São Vicente de Paula, Araturi - Caucaia e sua relação com a chegada do *shopping center*, tendo como shopping em destaque: Shopping Jurema (inaugurado em 2014). A metodologia utilizada consistiu em realizar levantamentos bibliográficos sobre os impactos da instauração de *shopping centers* no espaço urbano, o resgate de registros fotográficos para uma melhor compreensão dos fatos abordados, levantamento de dados econômicos do município de Caucaia e a realização de entrevista com a população do bairro para melhor análise dos fatos. Para assim compreender o papel dos *shopping centers* como espaços que têm atuado na expansão e desenvolvimento do espaço urbano.

Palavras-chave: Comércios. Espaço Urbano. Desenvolvimento. Empreendimento. Intensificação.

¹ Aluno (a) da Graduação em Geografia na UECE

² Mestranda do PROPGEO UECE

ABSTRACT

This research aims to analyze the process of (re)economic and retail commercial (re)functionalization along São Vicente de Paula Avenue, Araturi - Caucaia, and its relationship with the arrival of the shopping center, with a focus on the Shopping Jurema (inaugurated in 2014). The methodology used involved conducting literature reviews on the impacts of the establishment of shopping centers in urban areas, collecting photographic records to enhance the understanding of the issues discussed, gathering economic data from the municipality of Caucaia, and conducting interviews with the local population to better analyze the facts. This was done in order to comprehend the role of shopping centers as spaces that have contributed to the expansion and development of the urban environment.

Keywords: Commerce. Urban space. Development. Company. Intensification

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo analizar el proceso de (re)funcionalización económica y comercial minorista a lo largo de la Avenida São Vicente de Paula, Araturi - Caucaia, y su relación con la llegada del centro comercial, con un enfoque en el Shopping Jurema (inaugurado en 2014). La metodología utilizada incluyó la realización de revisiones bibliográficas sobre los impactos de la creación de centros comerciales en áreas urbanas, la recopilación de registros fotográficos para mejorar la comprensión de los temas tratados, la recopilación de datos económicos del municipio de Caucaia y la realización de entrevistas con la población local para analizar mejor los hechos. Esto se hizo con el fin de comprender el papel de los centros comerciales como espacios que han contribuido a la expansión y desarrollo del entorno urbano.

Palabras clave: Comercio. Espacio urbano. Desarrollo. Empresa. Intensificación.

1 INTRODUÇÃO

Os *Shopping Centers* (SC) compõem a paisagem das cidades norte-americanas desde o segundo pós-guerra, quando os EUA conheceram intenso processo de expansão cosmopolita. E é aí que está concentrada a maioria dos SC hoje existentes. Já no Brasil, tornaram-se elementos característicos das grandes metrópoles somente a partir dos anos 80, seguindo as tendências de oligopolização para a reprodução do capital, em andamento no país desde o decênio anterior (VIEIRA et al., 1994).

Nesse contexto, em 27 de novembro de 1966, ocorreu a inauguração do primeiro shopping no país, o shopping center Iguatemi, no qual marcou uma nova forma de organização comercial. É então que ao analisar esse surgimento, sua evolução e as inúmeras formas, onde esses equipamentos manifestam-se como um novo sistema de comercialização moderno, que transformou e transforma a “ordem” urbana.

No estado do Ceará, foi inaugurado o primeiro estabelecimento com o conceito de *shopping center* em 1974, um conjunto de estabelecimentos comerciais, com diferentes tipos de lojas, prestação de serviços, lazer e entretenimento num ambiente fechado chamado de “Center um” localizado no município de Fortaleza. Caucaia, nesse contexto, é um dos municípios que compõem a Região Metropolitana de Fortaleza - Ceará (RMF) destacando-se pela sua

expressiva extensão territorial, pelo significativo contingente populacional, atividades e desempenho econômico.

Nessa perspectiva, o objeto de estudo desta pesquisa é o Shopping Jurema localizado no município de Caucaia, bairro Araturi, tendo como objetivo analisar o papel deste shopping no processo de mudança da economia no eixo da avenida São Vicente de Paula onde está implantado e conseqüentemente na economia local.

Os shopping centers, no contexto urbano, desenvolvem-se em meio à busca do capitalismo de novas formas de expansão e acumulação de capital. Essa busca é presenciada na Avenida São Vicente de Paula, um local de constante produção e reprodução do capital se remodelando no espaço/tempo.

Nessa perspectiva, buscar entender as transformações ocorridas no espaço urbano a partir do ano de 2014, ano da implantação do shopping, é entender que não foi uma mudança por acaso, mas sim, pela a avenida exercer um papel de centralidade e junto a isto a necessidade de expansão das áreas que irão favorecer o fluxo de pessoas em função do shopping. Nisto, fazer comparações do antes e depois deste espaço, é essencial para compreendermos a intensificação das atividades comerciais, do fluxo de pessoas e veículos na avenida e conseqüentemente, o desenvolvimento econômico no bairro Araturi.

O Conjunto Araturi é um bairro de Caucaia, na Região Metropolitana de Fortaleza. O bairro está dividido em Araturi Velho e Araturi Novo, o conjunto habitacional que surgiu através do programa *Cohab/CE*, foi entregue em 1º de outubro de 1985. Neste sentido, a avenida São Vicente de Paula se localiza no Araturi Novo onde o Shopping Jurema está implantado, este faz divisa com o distrito Jurema. A seguir, (figura 1) encontra-se a carta imagem de localização da Avenida São Vicente de Paula, Araturi/Caucaia (Ceará).

Figura 1: Carta Imagem de Localização

SOUSA, E.A. da C., SILVA JÚNIOR, L.N. da, LOURENÇO, L.L., O shopping Jurema como fator de transformação econômica da avenida São Vicente de Paula, Araturi/ Caucaia - Ceará. Revista CEC&T – Centro de Ciências e Tecnologia da UECE Fortaleza/CE, v.2 n. esp. VI SEC GEO, p. 72-86, mês Dez. Ano 2023. Disponível em <https://revistas.uece.br/index.php/CECIT/>



Fonte: Autores (2023).

2. METODOLOGIA

A primeira etapa desta pesquisa, foi composta por delimitar a área a ser analisada, compreendendo o trecho onde houve a transformação após a chegada do Shopping Jurema na Avenida São Vicente de Paula. A metodologia utilizada consistiu em realizar levantamentos bibliográficos sobre os impactos de shopping centers no espaço urbano, o resgate de registros fotográficos para uma melhor compreensão dos fatos abordados e o levantamento de dados econômicos do município de Caucaia. Para a análise espaço temporal foram utilizadas imagens do satélite Sentinel - 2 no Google Satélite, para compreender as diferenças ocorridas na avenida entre os anos antes e depois da implantação do Shopping, “2013 a 2020”.

Na etapa seguinte foram realizados trabalhos de campo para uma melhor compreensão da área de estudo. O primeiro campo teve o objetivo de identificar as transformações no espaço a partir da enumeração e identificação dos novos comércios varejistas. Dessa maneira, na busca de compreender esse impulsionamento nas atividades comerciais locais, foi preciso a escolha da variável a ser analisada, levando em consideração a disponibilidade de dados da cidade dentro do período de 2010 a 2020, antes e após a criação do empreendimento. Seguindo os critérios, foi coletado o número de empresas de comércios novos que surgiram na área externa ao shopping, em destaque o eixo da avenida. Os dados

obtidos nesta realização de campo foram inseridos no gráfico 1, produzido no Excel, para captação dos objetivos propostos.

O segundo campo realizado teve como objetivo a captação de fotografias atuais no sentido de maior compreensão dos fatos analisados na pesquisa. No terceiro campo, foram utilizados os dados obtidos no primeiro campo, na produção do questionário, onde foram aplicados junto a população, e posteriormente colocada no google formulário para obter uma síntese das respostas e conseguir compreender a totalidade dos fatos. Com base no questionário realizado diretamente com a população, constatou-se resultados de grande contribuição à pesquisa realizada. Este trabalho foi aplicado no período diurno para conseguir falar diretamente com os trabalhadores dos estabelecimentos da avenida, o que também coincide com o período de maior fluxo de pessoas se deslocando para o *shopping*. Foram realizadas 10 perguntas baseadas na experiência do entrevistado com o bairro Araturi buscando compreender seu ponto de vista sobre possíveis transformações iminentes do espaço urbano a partir do ano de 2014.

A partir disso, a entrevista foi realizada com 37 pessoas, onde a maior parte dos entrevistados são residentes do próprio bairro em estudo, o restante reside nas proximidades e também utiliza do *shopping*. Neste sentido, a pesquisa revelou que a maioria dos entrevistados perceberam algum tipo de mudança no bairro a partir de 2014, e que utiliza dos serviços do shopping de maneira frequente, contudo não deixou de frequentar os comércios do bairro, mas que os dois elementos juntos contribuíram para as melhorias, beneficiando a população.

A última etapa consistiu na produção de um mapa de localização da Avenida São Vicente de Paula - Araturi/Caucaia através do Software Qgis Desktop 3.28.0, utilizando a escala 1:5000.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O processo de intensificação das atividades comerciais no eixo da avenida

O centro da cidade de Caucaia exerce o papel de centralidade espacial, onde possui as principais e maior variedade de atividades que atendam as necessidades da população caucaense, como variedade de comércios, serviços de saúde e escolas. Com a chegada de novas atividades no bairro em estudo, se tornou mais acessível e prático à população do Araturi conseguir atender parcialmente suas demandas nas proximidades de casa. Dito isto, é possível compreender a dinâmica que se dá de novas centralidades através de transformações ocorridas no espaço urbano.

Desse modo, o Shopping Jurema (figuras 2 e 3), inaugurado em 2014, no Araturi, bairro de Caucaia, apresenta-se como locus de consumo. Diante do sucesso desse empreendimento, o shopping trouxe benefícios, além da sua estrutura que atende à demanda do bairro, a Avenida São Vicente de Paula obteve um grande salto na sua economia, em relação aos novos estabelecimentos comerciais varejistas, que após a chegada do shopping, tornou-se

visível o processo de intensificação comercial no intuito de atender às novas demandas da sociedade, que estão em constante busca por melhorias. É então que se observa a implantação de uma variedade de comércios em torno deste eixo exterior ao shopping que atende a grande demanda da população do bairro Araturi, Jurema e adjacências do município.

Figura 2 e 3 – Shopping Jurema – Araturi/Caucaia



Fonte: Google, 2015. Site Direcional, 2023

Dentre as principais alterações ocorridas, verifica-se que um dos fenômenos mais notável é o da multiplicação e diversidade de áreas que concentram atividades comerciais e de serviços. De acordo com Sposito (2001, p. 622):

[...] a explicação para esse processo está na constituição de novas centralidades urbanas, justificadas pela expansão de novas áreas no espaço intraurbano mediante o provimento de novos fluxos na cidade, contribuindo para a emergência de centralidades mais complexas que substituem e enfraquecem a centralidade principal que até poucas décadas era a responsável pela organização interna da cidade.

Portanto, esta pesquisa, tem por objetivo apresentar com base em análises e observações das transformações ocorridas no espaço, a (re)funcionalização da atividade econômica que se intensificou em função do Shopping Jurema na Avenida São Vicente de Paula. Dentre as dinâmicas recentes nesse bairro, destaca-se a transformação da avenida após a chegada do Shopping, sendo possível classificá-la como um dos eixos principais de comércios e de serviços pela concentração espacial de atividades do setor terciário com a presença de atividades de comércio e de serviços especializados. Nesse sentido, suscitam alguns questionamentos: qual o papel do Shopping Jurema na expansão econômica da Avenida e posteriormente, no bairro Araturi? Quais os padrões espaciais que se estabelecem no interior do eixo comercial?

Uma das mudanças mais expostas no processo de estruturação do espaço analisado é, asseguradamente, o papel redefinidor que o bairro exerce no município. Num resgate histórico dos modos de produção, como também em boa parte do desenvolvimento do modelo capitalista de produção, onde as cidades tiveram suas estruturas espaciais articuladas em torno de um centro principal. De acordo com Sposito (2006), o centro primário era único,

desempenhando todos os papéis de centralidade, tanto na escala da cidade, quanto na interurbana, quando se trata dos espaços urbanos de maior importância nas redes urbanas. Esse papel de centralidade era especificamente exercido pela a cidade de Caucaia (distrito sede).

Com as reflexões de Santos (1994) ao entender que é na cidade, enquanto espaço de produção e consumo de capitais, que se constitui o lugar de processo de valorização seletiva, cabendo ao capital a autonomia de mover-se no território privilegiando áreas onde se possa garantir sua valorização. Com efeito, o centro e a centralidade resultam do crescimento territorial das cidades, bem como é a partir delas que a expansão urbana ocorre. Dessa maneira, entender que qualquer processo de estruturação urbana implica em considerar os processos/aspectos/facetas das diferentes parcelas da cidade em seu interior, tanto pelo processo de intensificação das atividades comerciais no eixo, quanto pela articulação que existem (ou não) entre as mesmas.

E de fato pode-se considerar que “enquanto a cidade pré-industrial e a industrial detinham uma área central, a cidade fragmentada da modernidade tardia será melhor caracterizada pela existência de uma rede de centralidades” (SALGUEIRO, 2013, p. 13), conectadas ou não ao centro tradicional da cidade contemporânea. Portanto, pode-se afirmar que a intensificação comercial aqui citada é caracterizada pela sua concretude físico-territorial (fixo) no território, que inclui os subcentros, os eixos comerciais, caracterizados pelo movimento que no território acontece. Dessa forma, é apresentado perante às transformações que ocorrem em variações temporais e sujeitas à produção contínua do espaço questão.

Comércios que surgiram após a chegada do Shopping

De fato, essas novas áreas apresentam fatores atrativos para além das dificuldades encontrados para a reprodução ampliada do capital na área, como bem salientou Souza (2009, p. 67), ao afirmar que “[...] a concentração demasiada de capital e estruturas produtivas no espaço urbano levam a desconcentração e também a (re)concentração, alterando a organização interna da cidade”.

Um elemento ainda a destacar é que nesse aglomerado metropolitano a paisagem urbana revela que nas principais cidades multiplicam-se os centros comerciais (...) Junto aos eixos de maior circulação (...), centros comerciais, ligados ao grande capital comercial são construídos com seus hipermercados e shopping centers (LENCIONI, 2005, p.39)

Algumas pessoas argumentam que a inserção de um shopping pode ser prejudicial a uma região ao afetar o comércio local já existente, reduzindo suas vendas ou até mesmo acarretando o fim das suas atividades. É preciso entender que esse empreendimento é um impulsionador para a região em que se instala, trazendo muitos benefícios, como por exemplo, geração de empregos para a população local, aumento de vendas, valorização imobiliária no seu

entorno, incremento da arrecadação fiscal e mudanças no sistema de transporte (Grupo Banco Mundial, 2018).

Partindo de uma análise histórica, entre os anos de 2010 à 2013, a Avenida constituía-se de habitações, mercadinhos e bodegas, contando com pequenas lojas de material de construção e lanchonetes nas proximidades dos colégios da Avenida. Atualmente, esses pequenos comércios, foram dando lugar para empreendimentos mais sofisticados que contam com uma variedade de produtos, preços e serviços, se tornando mais acessíveis às novas demandas da sociedade (figuras 4 a; b).

Figura 4. Novos empreendimentos (a) e novos comércios na avenida (b) em 2023



Fonte: Autores (2023).

Nesse contexto, a partir da análise do objeto de estudo através do levantamento de dados na pesquisa de campo, foi possível identificar as principais tipologias comerciais que surgiram após a chegada do empreendimento (gráfico 1). Foram identificadas diferentes tipos de lojas, comércios e serviços; salões de beleza, lojas de roupas, loja de acessórios, óticas e lanchonetes foram as atividades mais encontradas. No setor de alimentação, além das lanchonetes, foi possível encontrar pizzaria, lojas de açaí e padarias trazendo uma maior variedade de opções à população. O restante das atividades encontradas é composto por farmácias, lojas de móveis, acessórios e outras atividades em menor quantidade que somados contribuíram para a chegada também de novos empreendimentos imobiliários.

Gráfico 1: Novos empreendimentos, após a chegada do Shopping Jurema entre os anos de 2014 - 2023.



Fonte: Autores (2023).

Nessa perspectiva, a implantação de um shopping mostra-se positiva mesmo para o varejo local, pois se observou, depois da inauguração do shopping, um crescimento do número de empresas de comércio na cidade. O shopping neste contexto comercial da cidade representa um forte estímulo à atividade comercial, especialmente em novos mercados.

Além disso, esse crescimento de empreendimentos imediato no entorno do shopping e nas áreas próximas a ele com empreendimentos imobiliários horizontais e verticais, além de comerciais, que, inclusive, utilizam o shopping center como referência publicitária; bem como a instalação e o melhoramento da infraestrutura urbana do entorno e das áreas adjacentes, principalmente com intuito de favorecer a acessibilidade.

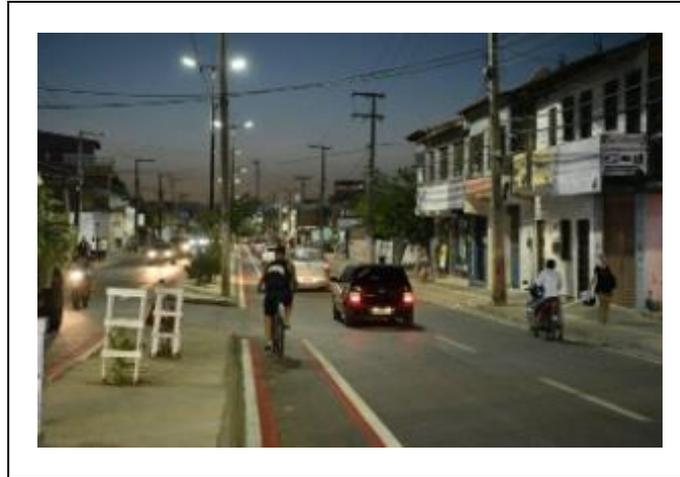
O fluxo de pessoas e veículos a partir da implantação do empreendimento

Observando as transformações que ocorrem na Avenida São Vicente de Paula em decorrência do Shopping Jurema, pode-se confirmar que os mesmos estiveram relacionados com o desenvolvimento e evolução econômica do bairro, como a intensificação do fluxo de veículos (figura 5), a implantação dos ônibus intermunicipais de passe livre e os automóveis que praticam a uberização, a melhoria nas vias públicas (figura 5) e nos calçamentos permitindo que houvesse deslocamentos em intensidades maiores e com maior facilidade.

Com isso a acessibilidade dos meios de transporte público, como citado anteriormente, revela a relação de motivos e os efeitos entre os avanços e o crescimento do bairro, que configuram o entendimento e a interdependência existente com as atividades de comércio e serviços proveniente do próprio espaço em que habita. Observa-se então, que a

melhoria no sistema de transporte que teve e têm significativa contribuição para a expansão dos comércios, lojas e serviços, faz com que haja um aumento no quadro econômico do bairro e em decorrência de tal efeito também o do Município.

Figura 5: Fluxo de veículos na avenida



Fonte: Blog do Lauriberto, 2020.

Figura 6: Reestruturação da avenida



Fonte: Blog do Lauriberto, 2020.

Para Brandão (1989), a atividade comercial cujo escopo deste trabalho toma como estudo de caso, está intrinsecamente ligada ao crescimento urbano, sendo um de seus motores. As atividades de comércio e varejo, por sua vez, exigem infraestruturas de suporte que retratam um espaço caracteristicamente urbano. Entre as necessidades supracitadas está o sistema de transporte, aspecto imperativo para a sustentação e fluxo do capital comercial.

Segundo relatos de comerciantes que trabalham na avenida e que são residentes do bairro, "as melhorias no asfalto da avenida, trouxeram mais pessoas para nossas vendas,

SOUSA, E.A. da C., SILVA JÚNIOR, L.N. da, LOURENÇO, L.L., O shopping Jurema como fator de transformação econômica da avenida São Vicente de Paula, Araturi/ Caucaia - Ceará. Revista CEC&T – Centro de Ciências e Tecnologia da UECE Fortaleza/CE, v.2 n. esp. VI SEC GEO, p. 72-86, mês Dez. Ano 2023. Disponível em <https://revistas.uece.br/index.php/CECIT/>

porque gerou um fluxo maior de veículos que procuravam ir para os bairros vizinhos e com isso, as vezes estavam precisando comprar um produto ou se interessava por um serviço que tem na avenida, gostava do atendimento, e a partir disso já se tornava cliente e divulgava o comércio para amigos, retornando e comprando ou utilizando serviços que tem aqui.”

Como apresentado, é possível compreender que a refuncionalização da avenida em função do shopping trouxe benefícios à população. É possível citar alguns desses benefícios, como dito anteriormente, as melhorias na pavimentação, o aumento nas vendas comerciais devido a intensificação do fluxo de pessoas e veículos, com esse processo, há o aumento do policiamento local em que a população relativamente se sente mais segura. Além disso, é importante destacar que essa transformação no espaço/tempo demanda mão de obra, processo que impulsiona também a geração de mais empregos.

Levantamento acerca do questionário aplicado com a população

De fato, é importante ressaltar também, que as melhorias que aconteceram ainda não são suficientes, pois como retratado aqui, as transformações ocorridas no espaço urbano foram desenvolvidas com foco na Avenida principal; no interior do bairro se tratando de outros serviços dedicados à população, ainda deixa a desejar, como a falta de iluminação em diversas áreas, em alguns pontos os resíduos sólidos são descartados de maneira incorreta pela população, por vezes falta de conscientização; pouco investimento em atividades de lazer e cultura; entre outras esferas da vida cotidiana, como serviços básicos. É preciso uma demanda de atenção maior por parte dos gestores públicos para que este desenvolvimento econômico, social, cultural seja eficiente em outros pontos, acolhendo toda a comunidade do Araturi.

Em relação ao objeto de pesquisa, na aplicação do questionário junto à população, constatou-se que a grande parte dos entrevistados alegaram serem moradores do bairro Araturi (gráfico 2). A maioria também argumentou sobre melhorias no quesito comercial, onde a chegada do Shopping trouxe vantagens na facilidade de encontrar uma variedade de produtos, preços e serviços perto de casa. Essa facilidade se amplia significativamente quando tratamos de deslocamento até esses pontos, com a implantação da recente linha gratuita de ônibus de Caucaia, o programa de mobilidade urbana “Bora de Graça”, lançado oficialmente em 2021, o trajeto que o ônibus percorre, linha Araturi - Caucaia (sede), cruza justamente na Avenida São Vicente de Paula, facilitando desta maneira o deslocamento da comunidade a qualquer ponto da avenida sem nenhum custo financeiro.

Gráfico 2: Entrevista com a população



Fonte: Autores (2023).

Nesse contexto, podemos compreender também que o fluxo de veículos e de pessoas foi intensificado em função do Shopping e dos fatores que foram colocados aqui até agora. Essa intensidade foi percebida pela a população de acordo com a entrevista realizada e como segundo foi relatado “aumentou o trânsito de pessoas e de carros, sendo assim, ficou até mais seguro”. Essa sensação de segurança da população se deve, além disso, a mais iluminação nestas áreas que anteriormente à construção do empreendimento eram pouco frequentadas pela comunidade (figura 7).

Figura 7: Entrevista com a população

10) Faça aqui um breve comentário sobre as transformações que houve:

29 respostas

Foi de extrema necessidade as transformações, pois trouxeram melhoria para o bairro. Muito bom.

As mudanças que aconteceram nos últimos anos no nosso bairro foram muito boas pois contribuiu para o crescimento e o desenvolvimento do mesmo gerando emprego e renda para nossos moradores

Nosso Araturi está crescendo a cada dia,.

A população merece mais melhorias

Muito boas

Urbanização, valorização do comércio local, geração de empregos

Eu gostei muito por ser perto e o ônibus gratuito me ajudou ainda mais e aumentou o trânsito de pessoas e de carros sendo assim ficou até mas Seguro

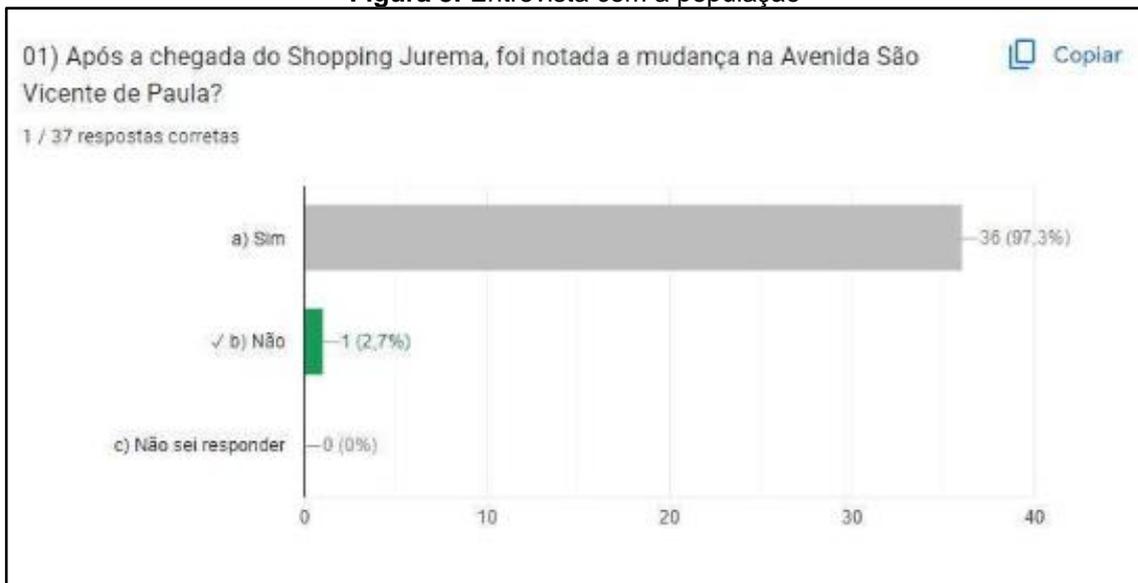
Muito bom mas pode melhorar mais

Fonte: Autores (2023).

Como já dito anteriormente, essas melhorias e transformações são notórias no espaço urbano que vêm acontecendo a passos lentos, praticamente 10 anos da implantação do empreendimento e estes benefícios citados, são focados na avenida que exerce a função de

centralidade do bairro. Contudo, como relatado pela a população, “o bairro está se desenvolvendo, mas precisa de melhorias em outros setores”. Nesse contexto, a pesquisa é de grande relevância tanto para a área geográfica quanto para a própria comunidade do Araturi, porém ela não se finaliza aqui, ainda há muito o que relatar sobre este espaço urbano, entre críticas, transformações e desenvolvimentos.

Figura 8: Entrevista com a população



Fonte: Autores (2023).

Com base no questionário é possível compreender que a maioria dos entrevistados veem as transformações ocorridas no espaço urbano de forma positiva, como pode ser observado na (figura 8). Economicamente, este desenvolvimento notado está sendo de grande importância, onde há a valorização do espaço com o aumento da economia local gerando desta maneira, como citado por estes: “crescimento”, “valorização do comércio local”, “geração de empregos”. Portanto, conclui-se que com mais empresas locais se fortalecendo e surgindo maior fica a arrecadação do município em impostos. Isso tem um efeito positivo para a população, que vê esses valores se revertendo em melhorias de infraestrutura, segurança e condições de vida de uma forma geral.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo, procuramos conhecer o desenvolvimento da Avenida São Vicente de Paula, em função da implantação do Shopping Jurema, reconhecendo seu papel nos contextos históricos e atuais. Nesse sentido, percebe-se que o tema comércio e cidades no âmbito do processo significa mudanças no cotidiano, a exemplo, a intensificação no fluxo de pessoas que se deslocam na área do entorno de um shopping center. Nisto, se torna possível concluir que este empreendimento aparece como novos espaços de consumo ou novos consumos de espaço que cria e recria novas formas para atrair as pessoas ao consumo.

SOUSA, E.A. da C., SILVA JÚNIOR, L.N. da, LOURENÇO, L.L., O shopping Jurema como fator de transformação econômica da avenida São Vicente de Paula, Araturi/ Caucaia - Ceará. Revista CEC&T – Centro de Ciências e Tecnologia da UECE Fortaleza/CE, v.2 n. esp. VI SEC GEO, p. 72-86, mês Dez. Ano 2023. Disponível em <https://revistas.uece.br/index.php/CECIT/>

Além disso, também foi possível observar que a existência de um shopping center tanto nas cidades dos países capitalistas hegemônicos quanto nos países periféricos, não anula a permanência de outras formas de ambiente construído destinado ao consumo; quais sejam as galerias e os centros comerciais, assim como o tradicional comércio de rua.

Combinando os interesses dos empreendedores e dos comerciantes, concentrando e explorando adequadamente e racionalmente as diversas vantagens relacionadas à economia de escala e de aglomeração, ele redefine a centralidade, revaloriza as áreas de seu entorno e engendra novas possibilidades.

Dessa forma, o estudo em questão, vai além do que simplesmente refletir sobre a dinâmica do comércio varejista que se concretiza através do shopping, abre novas possibilidades de estudo sobre as novas formas de dominação capitalista nas diversas esferas da vida cotidiana.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Banco Mundial . 2018 . Diagnóstico da Pobreza no Abastecimento de Água, Saneamento e Higiene da Guatemala: Desafios e Oportunidades . WASH Diagnóstico da Pobreza . © Washington, DC: Banco Mundial.
<https://openknowledge.worldbank.org/entities/publication/1a188fb3-bc7a-5ed9-a13c-b5831c213fcb>

BRANDÃO, Carlos A. **Triângulo: capital, geopolítica e agroindústria**. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 1989.

FRÚGOLI, Heitor; PINTAUDI, Silvana; VIEIRA, Rosa. **Shopping Centers - Espaço, Cultura e Modernidade nas Cidades brasileiras**. Revista de Administração de Empresas. São Paulo, v. 34, n. 3, p. (146-150), Mai Jun. 1994.
<https://www.scielo.br/j/rae/a/NRNKd4mWKG4JMbnVXXQPwXc/?format=pdf>

LENCIONI, Sandra. Uma nova determinação do urbano: o desenvolvimento do processo de metropolização do espaço. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri.(org.). LEMOS, Amália Inês Geraiges. (org.). **Dilemas Urbanos – Novas Abordagens sobre a cidade**. São Paulo: Contexto, 2003.

SALGUEIRO, Teresa Barata. Do centro às centralidades. In: FERNANDES, J. A. V. R.; SPOSITO, M. E. B. (Orgs). **A nova vida do velho centro nas cidades portuguesas e brasileiras**. 1ª. Ed. Porto: CEGOT, 2013. v. 1. 299p.

SANTOS, Milton. O retorno do território. SANTOS, Milton; SOUZA, Maria Adélia; SILVEIRA, Maria Laura. **Território: globalização e fragmentação**. São Paulo: Hucitec, 1994.

SOUZA, J. L. B. de. **O abandono do uso de espaços públicos em favor do uso de espaços privados: estudos sobre o Taubaté Shopping Center**. 2009. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Instituto de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2009.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. As cidades médias e os contextos econômicos contemporâneos. In: SPOSITO, M. E. B. (Org.) **Urbanização e cidades: perspectivas geográficas**. Presidente Prudente: UNESP, 2001. p. 609-642.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. O estudo das cidades médias brasileiras: o estudo das cidades médias brasileiras. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE ESTUDOS URBANOS, 5., 2006, Belo Horizonte. **Anais [...]**. Belo Horizonte: Puc - Minas, 2006. p.01-37.