



## **A ATIVIDADE COMERCIAL VAREJISTA NA CONFIGURAÇÃO DAS NOVAS ÁREAS DE CENTRALIDADE: O CASO DA ALDEOTA, EM FORTALEZA “A**

**Beatriz Helena Nogueira Diógenes**

Arquiteta e urbanista, Mestre em Arquitetura e Urbanismo pela FAUUSP  
Pesquisadora do Departamento de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Ceará  
[bhdiogenes@secrel.com.br](mailto:bhdiogenes@secrel.com.br)

### **1. INTRODUÇÃO**

O artigo tem como objetivo discorrer sobre parte da pesquisa efetuada na dissertação de mestrado apresentada pela autora à FAUUSP em agosto de 2005, intitulada “A centralidade da Aldeota como expressão da dinâmica intra-urbana de Fortaleza”. Na ocasião, foi empreendida pesquisa com o intuito de estudar e analisar a manifestação espacial da atividade comercial varejista no bairro da Aldeota, transformado desde as últimas décadas numa centralidade de relevância na capital cearense. Foram considerados aspectos tais como, a evolução do comércio nessa área da cidade, as principais características e tipologias adotadas e como a atividade se distribui no espaço do bairro, assuntos abordados a seguir.

### **2. O SURGIMENTO DO “CENTRO DA ALDEOTA”**

Até os anos 60 do século passado, os centros das cidades brasileiras concentraram investimentos produtivos nas atividades de serviço e comércio, gerando grandes investimentos de capital imobiliário. A partir de meados dos anos 1970, os antigos centros das grandes cidades começam a "envelhecer", entrando em um processo de obsolescência funcional, construtiva e locacional.

Inicia-se então um processo de abandono do Centro pelos serviços modernos, no qual o comércio de luxo e a habitação de prestígio buscam novas áreas de centralidade, mais distantes do núcleo central e próximas dos bairros residenciais de alta renda surgidos ou consolidados nos anos 1960 (VILLAÇA, 1998). Este processo se intensifica durante os anos 1980 e nos anos 1990.

Novas atividades começam a surgir em áreas não centrais, evitando as possíveis desvantagens da área central e, ao mesmo tempo, beneficiando-se das vantagens das áreas distantes do centro.

A exemplo do que se verificou em outras cidades brasileiras, em Fortaleza também ocorreu ou vem ocorrendo a formação de novas áreas de centralidade. O bairro da Aldeota constituiu o primeiro centro surgido além do centro original e a década de 1970 marca o início do período de transformações no bairro, quando sua fisionomia começa a se alterar, transformando-o de bairro residencial (de alta renda) unifamiliar, em área especializada de comércio e negócios. Nessa ocasião, uma nova e significativa concentração de comércio e serviços começou a se estruturar no bairro, ocupando inicialmente a av. Santos Dumont.

### **3. O COMÉRCIO VAREJISTA DA ALDEOTA: EVOLUÇÃO, ATRIBUTOS E ESPECIFICIDADES**

Até o início da década de 1970, praticamente não havia atividade comercial do bairro, salvo alguns equipamentos de demanda local, como boutiques, “mercadinhos” e farmácias espalhados pelo bairro, principalmente na av. Santos Dumont.

As primeiras lojas que surgiram, no início dos anos 1970, eram filiais das lojas do Centro, que começaram a se instalar na Aldeota, a fim de atender às exigências dos habitantes do bairro, que já achavam incômodo se deslocar até à área central. Essas lojas se instalaram primeiramente substituindo antigas habitações, que eram adaptadas à nova função, com pequenas alterações nos interiores e nas fachadas, nas quais se fixavam marquises e placas metálicas, com o intuito de identificar a nova atividade e chamar a atenção do público. Posteriormente, surgiram alguns pequenos centros comerciais instalados com aparência provisória, localizados em terrenos desocupados ou nos amplos recuos de frente de algumas casas.

Entretanto, foi somente após a inauguração do *shopping* Center Um<sup>1</sup>, em novembro de 1974, que a atividade comercial veio a se consolidar no bairro, especificamente no trecho próximo ao cruzamento da av. Santos Dumont com av. Desembargador Moreira, atraindo inúmeras lojas e os mais diversos tipos de serviços. A presença do Center Um fez desenvolver nas proximidades um comércio expressivo, dando origem ao novo centro que se formou a partir de então.

---

<sup>1</sup> A constituição do centro da Aldeota, ou seja, o início do processo de mudanças na forma de usar e ocupar o solo coincide com a inauguração do *shopping* Center Um, que constitui um marco na determinação do início da centralidade surgida na Aldeota.

As lojas que surgiram na sua vizinhança ocupavam inicialmente antigas residências que se transformaram para se adequar à nova função. Atualmente, observa-se que, além do aumento expressivo do número de estabelecimentos comerciais, a maioria das lojas remanescentes passou por um processo de reformulação, com a substituição das edificações antigas por outras novas, mais modernas e com aparência definitiva, condizentes com a nova imagem do bairro.

Aliás, as primeiras lojas do bairro, aquelas anteriormente adaptadas nas antigas residências, praticamente não existem mais. Houve uma mudança significativa na aparência da maioria delas, sempre na busca de uma diferenciação, na tentativa de atingir o consumidor exigente do bairro. Uma característica comum na arquitetura comercial do bairro é o caráter “de luxo” das lojas. As fachadas e vitrines são exploradas pelos proprietários, com a finalidade de atingir o gosto do usuário, sensível a essas manifestações. Essas lojas, em geral, recorrem a uma linguagem formal diferenciada, que as distingue de modo considerável das lojas do Centro.

A centralidade formada no bairro da Aldeota abrange uma grande variedade de atividades terciárias, com ênfase no setor comercial. Esse comércio, entretanto, possui características peculiares que merecem ser analisadas com maior atenção.

Observa-se, de fato, que, ao longo dos últimos vinte anos, houve uma alteração no que se refere à tipologia das edificações que abrigam a atividade comercial. Atualmente podem ser identificados alguns tipos diferentes de estabelecimentos comerciais, como **os grandes shoppings**: Aldeota, *Del Paseo* e Avenida, **shoppings médios**, como o Center Um, e outro tipo de *shopping*, os chamados **open mall**, característicos da cidade de Fortaleza. São *shoppings* de rua, com lojas de “griffe” como âncora e contando sempre com uma praça de alimentação agregada, atraindo grande número de pessoas (*shoppings* Jardins *Open Mall*, Baganvília, Alamanda, Bambuy, etc.). (fotos 1 a 6)

Esses *shoppings* têm seguido a tendência atual do comércio de varejo, de agregar uma outra atividade junto à comercial (gastronomia, entretenimento, etc), numa tentativa de associar o consumo ao lazer, como forma de atrair o usuário. Essa tipologia dos *shoppings* ‘open mall’ em Fortaleza tem se revelado como uma solução bastante aceita pela população local, favorecendo a própria arquitetura, integrada com o espaço externo, com a presença de pequenas “praças” internas e maior contato com a rua, diferente dos grandes *shoppings* fechados. Aliado a isso, possui como vantagem um custo mais baixo de instalação e manutenção, o que viabiliza a implantação e posterior operacionalização.

Além dos pequenos *shoppings*<sup>2</sup> tipo *open mall*, existem ainda as tradicionais lojas enfileiradas ao longo das vias, principalmente na av. D. Luís, e também as lojas isoladas, que buscam maior apelo comercial. Percebe-se atualmente a instalação crescente deste tipo de lojas isoladas, na av. Senador Virgílio Távora, sobretudo nas proximidades da av. D. Luís, transformada também numa via de consumo, nos moldes desta última<sup>3</sup>. É grande a quantidade de boutiques de luxo, revendedora de veículos importados, academias de ginástica e lojas de mobiliário. Há uma particularidade em relação a essas lojas, já que se localizam numa via onde não trafegam transportes coletivos. A arquitetura desses estabelecimentos é dirigida para chamar a atenção do consumidor que passa de automóvel pela avenida.

No que se refere à atividade comercial desenvolvida na Aldeota, percebe-se uma outra peculiaridade que merece ser mencionada: ela se concentra preferencialmente nos grandes *shoppings*, os quais se situam, todos eles, num raio de aproximadamente 300,00 m, em torno da Praça Portugal, espaço-símbolo do bairro. Este fato pode ser explicado por diversos motivos:

- o comércio distribui-se de forma mais ou menos dispersa; ou seja, não existe no bairro uma rua de compras, como a rua Oscar Freire, em São Paulo, e como é o caso da av. Monsenhor Tabosa, em Fortaleza, as quais concentram uma grande quantidade de lojas contíguas em toda a sua extensão, “convidando” o consumidor a percorrer a via;
- a existência de passeios “acanhados”, calçadas que não estimulam a *flânerie* dos pedestres pelas ruas. Além de estreitas, são bastante acidentadas e interrompidas por estacionamentos de rua;
- o hábito do consumidor típico do bairro, acostumado a se deslocar sempre de automóvel, exigindo o estacionamento junto à loja que vai utilizar; e
- o problema de segurança, hoje comum a todas as grandes cidades, que inibe o livre andar pelas ruas do bairro.

Por todas essas razões, a atividade comercial do bairro realmente é exercida com maior predominância nos grandes *shoppings*, onde todos esses problemas de acessibilidade e segurança são minimizados.

---

<sup>2</sup> Existem basicamente três tipos de pequenos *shoppings* na Aldeota: os de conveniência, onde as “âncoras” são os mercadinhos e as farmácias; os pequenos *shoppings* de moda, como o Aldeota *Open Mall*, o Bambuy e o Alamanda e os do tipo lazer noturno, como o Buganvília e também o *Open Mall*, com a Geppos.

<sup>3</sup> A av. D. Luís é uma via com características particulares, pois é interrompida bruscamente nos dois extremos, sem haver continuação. Dessa forma, a atividade comercial lá situada, como não tem mais para onde se expandir, começa a se instalar na av. Senador Virgílio Távora, sendo, portanto, provavelmente essa a razão que favoreça o surgimento desses estabelecimentos comerciais, pois eles possuem características bastante semelhantes aos encontrados na avenida citada.

Por outro lado, verifica-se expressiva quantidade de atividades terciárias ligadas ao setor de serviços que ocorrem de forma mais ou menos dispersa nas ruas do bairro, tais como restaurantes, lanchonetes, agências bancárias, cartórios, agências de turismo, cursos de idiomas, salões de beleza, academias de ginástica, clínicas médicas, escolas de grande porte e faculdades particulares.

É significativa a presença também de edifícios de escritórios, alguns deles acoplados aos *shoppings* (*Del Paseo*, Avenida, Aldeota e Pátio D. Luís), e outros, de construção mais recente, denominados “edifícios inteligentes”<sup>4</sup>, na verdade, mais uma forma de *marketing* destinado a atrair o usuário. Há também edifícios especializados em consultórios, clínicas e laboratórios médicos (*Medical Center* e *Harmony Center*, na av. D. Luís).

Curiosamente, não se consolidou na área o edifício de uso misto, que abriga num só bloco as atividades de comércio, serviço (salas de escritório) e habitação. O habitante do bairro não aceita morar neste tipo de edificação, por julgar que a atividade comercial desvaloriza seu local de moradia. Todos os investimentos nesse sentido fracassaram, inviabilizando a construção de edifícios com estas características<sup>5</sup>.



**Foto 1.** Center Um



**Foto 2 -** Shopping del Paseo



calizado  
ssou po  
berais  
e com g  
ocupar  
D. Luís



**Foto 3.** Shopping Bambuy

**Foto 4.** Jardins Open Mall



**Fotos 5 e 6.** Lojas de rua

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A atividade comercial desenvolvida no centro da Aldeota diferencia-se e distingue-se sobremaneira daquela que se distribui no restante da Cidade, uma vez que é voltada para a população do bairro e arredores, de maior poder aquisitivo. A arquitetura das lojas e os produtos oferecidos são direcionados visivelmente para este tipo de público.

No que se refere ao espaço urbano, há que se pensar que destino terá nas próximas décadas o bairro da Aldeota, como pólo de comércio e negócios da cidade. Conflitos no trânsito e

grandes congestionamentos acontecem diariamente devido à concentração crescente dessas atividades, uma vez que o sistema viário se mantém o mesmo. Por outro lado, em face da escassez de terrenos, os grandes equipamentos (novos *shoppings*, grandes lojas, escolas, etc.) não podem mais ser construídos dentro de seus limites, deslocando-se para um novo centro que começa a se formar na zona sudeste da cidade, na av. Washington Soares, onde ainda é abundante a oferta de terrenos livres.

## **6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

**DIÓGENES, Beatriz Helena Nogueira.** A centralidade da Aldeota como expressão da dinâmica intra-urbana de Fortaleza. **Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo).** São Paulo, FAUUSP, 2005.

**FRÚGOLI JR.** Centralidade em São Paulo – Trajetórias, conflitos e negociações na Metrópole. **São Paulo, Cortez, 2000.**

**NOBRE, Eduardo.** Reestruturação econômica e território. Expansão recente do terciário na marginal do rio Pinheiros. **Tese (doutorado em Arquitetura e Urbanismo).** São Paulo, FAU-USP, 2000.

VARGAS, Heliana Comin. **Comércio - Localização estratégica ou estratégia na localização.** Tese (Doutorado em Estruturas Ambientais Urbanas). São Paulo, FAUUSP, 1992.

\_\_\_\_\_. **Espaço terciário – O lugar, a Arquitetura e a imagem do Comércio.** São Paulo, Senac, 2001.

VILLAÇA, Flávio. **Espaço intra-urbano no Brasil.** São Paulo, Studio Nobel, 2001

TOURINHO, Andréa de Oliveira. **Do Centro aos centros: bases teórico-conceituais para o estudo da centralidade em São Paulo.** Tese (doutorado em Arquitetura e Urbanismo) FAU-USP. São Paulo, 2004.