

Vida nova para a velha W3 Sul

CONCURSO VAI ESCOLHER PROJETO DE REVITALIZAÇÃO DA AVENIDA E TAMBÉM DO SETOR COMERCIAL

ELIANE MACHADO

Local movimentado, com estacionamento, sem problemas de trânsito, seguro, bem iluminado e com lojas atrativas. Os tempos de glória da W3 Sul podem voltar. Dentro de 60 dias será aberto um concurso nacional para o projeto de revitalização da avenida e do Setor Comercial Sul. O governo do DF liberou R\$ 151 mil para o começo das obras de melhoria da avenida. Em dois meses, todo calçamento estará recuperado.

O edital do projeto para a revitalização está em fase de elaboração. O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) será convidado a participar da comissão julgadora devido ao tombamento da área.

Pesquisa aponta os problemas

Pesquisa realizada pela Federação do Comércio do DF (Fecomércio) indica que os principais problemas na avenida apontados por 200 empresários, 200 moradores, além de consumidores, são de estacionamento, falta de segurança e calçadas esburacadas. Atualmente há 700 vagas nos canteiros centrais. Couto afirma que se fosse diminuída a largura deles, ampliando o estacionamento para os dois lados da pista, o número de vagas poderia chegar a três mil veículos.

Idéias não faltam para o

De acordo com o secretário de Infra-Estrutura e Obras, Tadeu Filippelli, não será avaliado somente um bom desenho, mas a projeção comercial.

Na W3 Sul existem 582 estabelecimentos, distribuídos em 123 segmentos. Desses, 28% são bancos. Os serviços automotivos também se destacam. A manutenção e serviços abrigam 26% das lojas, comércio de peças e acessórios, outros 17%, e comércio de veículos mais 10%.

Embora amargue o abandono, o comércio já dá sinais de reação. O prefeito da W3 Sul, Eli Walter Couto, diz que das lojas existentes na avenida, atualmente cerca de 60 estão fechadas. O número ainda esteve maior no período de 1992 a 1999, quando cem lojas deixaram de funcionar.

Segundo Couto, somente a promessa de revitalização da W3 Sul fez com que o comércio melhorasse. Ele espera que a avenida volte a ser o centro comercial de Brasília, como era até o início da década de 80, antes da chegada dos shoppings centers.

prefeito da W3 Sul. Segundo ele, as Quadras 700 poderiam se transformar em comércio para abrigar centros gastronômicos com restaurantes, lanchonetes, sorveterias e áreas de lazer.

Ele exemplifica que praças como a 21 de Abril, na 708, e a do Índio, na 504, seriam mais frequentadas se tivessem fontes luminosas e palcos para a apresentação de artistas locais. O ambiente agradável, com mesas do lado de fora serviriam de atrativo para o público. (E.M.)



PROJETO de revitalização tem tudo para dar uma nova cara à W3 Sul, que hoje teme a decadência

Comércio e prestação de serviços

O perfil da W3 Sul está mudando. Deixou de ser estritamente comercial para abrigar empresas de prestação de serviços. Em toda a extensão da avenida há cabeleireiros, restaurantes, pensões, cursinhos, academias, sede de partidos políticos e casas de adivinhação. Somente templos religiosos são dez. De acordo com o presidente da Associação Comercial do DF, Carlos Magno Melo, as empresas de serviço são uma nova tendência, especialmente os colégios.

Segundo ele, o novo nicho de mercado acaba por trazer consumidores e com isso, dinamiza o comércio. "Não tem como dizer que a W3 Sul está morta se não se encontra estacionamento no local", diz Melo. Ele ressalta que a carência de espaço comercial na avenida faz com que as residências voltadas para a pista abriguem empreendimentos.

Outra tendência da avenida é a setorização comercial. Atualmente se verifica grande quantidade de lojas de material de construção, acabamento e, mais ao final da via, de revendedoras de carro. Melo diz que as revendedoras aproveitam o tamanho das lojas, que por serem mais antigas são mais espaçosas, que se adequam à atividade. Para ele, a setorização é definida pelo mercado. E exemplifica que perto da Obscuros, está aumentando o número de papelarias e lojas de público jovem.

A polêmica sobre a existência de várias igrejas na avenida é vista com cautela por Melo. Ele acredita que ao ocupar espaços comerciais, os templos acabam por trazer

clientes para as lojas próximas. Mas necessitam de grande número de estacionamentos. Segundo ele, é preciso que essas pessoas permaneçam na via para estimular o comércio. "A revitalização dá condições das pessoas pararem e não só a usar como uma via de escoamento de trânsito", disse.

O presidente da Associação Comercial diz que o mercado consumidor próximo à W3 Sul não pode ser subestimado. Nas quadras 300 e 100 há cerca de 12 mil habitantes por quadra, enquanto que nas 700 residem outros seis mil. "É um mercado cativo bom", contabiliza. Dados da Fecomércio mostram que 10% dos empresários do local consideram a localização ótima e outros 32,5%, boa. (E.M.)

► "Mercado consumidor próximo à W3 Sul não pode ser subestimado"

Carlos Magno

Reforma no calçamento

Nada mais de passear sobre calçadas esburacadas. Com as obras do GDF, que começam na segunda-feira, as calçadas serão recuperadas. Pedras portuguesas, ladrilhos, ardósias e bloquetes intertravados vão substituir os locais depredados respeitando o calçamento original.

As obras vão incluir a demolição de 455 metros cúbicos de calçamento, a colocação de 209 metros quadrados de blocos intertravados, outros 547 metros quadrados de calçadas portuguesas e mais de um milhão de metros de meios-fios. O lançamento da obra ocorreu ontem, no Restaurante Roma, com a presença do secretário de Infra-Estrutura e Obras, Tadeu Filippelli, e de representantes do comércio e da indústria do DF.

O secretário assegurou que a preocupação do governo com a revitalização já rendeu idas ao Rio de Janeiro para consultas com o arquiteto Oscar Niemeyer. Segundo Filippelli, o desvirtuamento de função da W3 Sul, que passou a abrigar empresas de serviços, é apenas um dos problemas da avenida. A preocupação do GDF abrange a falta de estacionamento, o trânsito e a adequação do comércio, com a discussão de um programa visual para conservação das fachadas.

"A recuperação vai impulsionar as vendas com um melhor projeto urbanístico para quem faz compras, moradores e pessoas que passem no local." (E.M.)

RENATO COSTA