

W/3 Sul vira área residencial

Marba Furtado

Um passeio pela Avenida W/3 Sul deixa clara a tendência imobiliária no local: vários blocos residenciais, de até 40 apartamentos, estão sendo erguidos em diferentes estilos arquitetônicos. Explorando a paisagem arborizada da W/3, alguns ostentam sacadas com vista para o mar de asfalto. Outros, pelo contrário, nem tem espaço para abrigar mais de um casal, mas, como a maioria, mantém um aparato de segurança que torna quase impossível a entrada no prédio.

Este é o "outro lado" do Setor Comercial Residencial Sul que os consumidores pouco conhecem, a não ser que procurem um lugar seguro para morar, pelo preço médio dos aluguéis do Plano Piloto (Cr\$ 250 mil) e suficiente para abrigar uma família pequena. E a área de residência das quadras 500 da W/3 Sul que, ao contrário do que acontece nos Comércios Locais das quadras 100, 200, 300 e 400, inclui em seus planos os pequenos apartamentos na parte superior das lojas, que muitos lojistas utilizam como depósito de mercadorias.

A infinidade de novos blocos que começa a aparecer na W/3 Sul, em primeiro lugar, contribui para mudar o aspecto austero e padronizado de seus prédios comerciais. Por enquanto, a Avenida está uma verdadeira bagunça, com tapumes invadindo praticamente toda a calçada, entulhos e barulho de máquinas das construções. Mas, por trás de cada amontoado de madeira, surgem as variadas surpresas arquitetônicas. Elas já começam na 503, com um bloco de 30 apartamentos, , atrás do Banco do Estado do Rio Grande do Sul. "Todos ocupados mas esta hora não há ninguém em casa", diz a porteira que humanamente fala pelo porteiro eletrônico. "São casais novos e rapazes e moças, mas todos trabalham fora", conclui com jeito de ponto final.

Na mesma quadra, o Ed. Leonardo abriga mais uma porção de "gente jovem que trabalha fora" e mantém seu prédio bem fechado e guardado enquanto isto. Em todos, além do eletrônico, um porteiro "de verdade" atende com educação. Depois deste, os blocos se sucedem até a 516. Muitos em construção, outros já sendo alugados, a maioria lotado.

"Para quem tem família, com alguns filhos, não dá para morar aqui. Geralmente o casal trabalha fora e tem que deixar as crianças. Onde vai ter lugar para uma empregada que cuide de seus filhos?" A constatação de Djalma Guimarães, um morador de um dos blocos da 513, tem fundamento em vista do pequeno apartamento em que mora com a esposa, há dois anos, desde que se casaram.

Composto de sala, dois quartos, cozinha e banheiro, todos de tamanho pequeno, o apartamento é suficiente para os dois, embora a maioria de seus móveis não esteja lá. E bem localizado comercialmente (fica perto de três supermercados, escola e hospitais), mas já não vale os Cr\$ 230 mil de aluguel, aumentado recentemente de valor anterior de Cr\$ 90 mil.

"Este é um lugar muito bom para morar, mas eu acho que foi muito mal planejado. A falta de estacionamento é um problema para moradores e consumidores. Eu até arrisco dizer que, futuramente, este setor deve ser só de bancos, residências e oficinas. O comércio aqui deve acabar mesmo por falta de apoio", diz Djalma.

Centro Comercial

O Setor Comercial Residencial Sul (SCRS) está entre tantos setores que Brasília comporta; com a particularidade de, até há uns cinco anos, ter dado à Avenida W/3 o título de centro comercial da cidade. Lá estavam as melhores e mais variadas lojas, oferecendo diferentes artigos, para todos os gostos e idades. Perto da W/3, porém, começaram a proliferar os Comércios Locais, com lojistas investindo e incentivando os moradores das quadras mais próximas a utilizar os seus bens e serviços.

O advento, ou descoberta, deste veio de ouro, chamado Comércio Local (que corresponde às comerciais de cada quadra residencial) foi, para muitos lojistas, uma forma de mostrar que também as CLS poderiam apresentar bens e serviços tão variados e de tanta qualidade quanto os que eram oferecidos pela CRS na W/3. A proximidade dos consumidores (que são os determinantes, em geral, do tipo de produtos a ser vendido) e a persistência dos novos empresários, fizeram a idéia vingar.

Esta pode ser uma das causas, da queda de movimento na W/3, mas a inflação, o surgimento de dois shopping centers, além do Conjunto Nacional, — que há muito tempo é considerado por muitos o melhor local de compras? Até que ponto fizeram decair o comércio da W/3 Sul? Para Humberto Basile Jr., proprietário da loja de calçados, bolsas e cintos Couro Modas, há sete anos na Avenida, o Parkshopping, o Venâncio 2000 e o Conjunto Nacional não podem ser as causas de nenhuma crise no comércio da CRS.

"A crise é geral, é do Brasil", diz ele. "O povo está tentando se alimentar. Veja que agora foi atestado, através de um levantamento feito pela Associação Comercial do Distrito Federal, que 50% dos salários dos consumidores brasilienses estão sendo gastos em supermercados, o que quer dizer que ele só compra o estritamente necessário para a sua alimentação".

Mesmo com este quadro, conhecido e vivido pela maioria da população, Humberto diz que tem hoje (em relação há dois anos atrás), um número de clientes maior, mas que compra menos. "Se antes eu vendia uma média de dois pares de sapato por cliente, em relação ao número que nos procurava, hoje somente um par é adquirido. Ao mesmo tempo, as vendas a crédito aumentaram em 20% neste mesmo período", conta ele.

Concordando com muitos outros lojistas que continua sendo necessário um apoio do Governo do Distrito Federal para aquele setor comercial, em relação, por exemplo, ao estacionamento na W/3 — "um dos principais problemas pois sem ter onde estacionar o cliente prefere outro lugar para fazer suas compras" — Humberto deixa claro que acredita ser a CRS um bom setor comercial.

"Eu acho que este aqui não é um mau comércio e, inclusive, o considero mais estável que o dos shoppings. Eu posso dizer isto porque tenho uma loja no ParkShopping e outra no Conjunto Nacional, e esta aqui, na W/3, é a que vende mais e que mantém uma clientela constante. O comerciante aqui sabe o que lhe espera e trabalha dentro destes limites; leva a resposta certa para o desejo do consumidor. Em outras palavras, o segredo da estabilidade é atingir o consumidor certo com a mercadoria certa. Este é um comércio dirigido à população de cidades-satélites e à classe média do plano piloto".

Ali perto, Rosilda Alves, filha do proprietário do Keiji Foto Magazin, que é, ao mesmo tempo, foto, casa de noiva e cabeleireira, reclama que até às 16 horas um ou dois clientes, somente, haviam procurado aqueles serviços. Ela acha que a abertura dos shopping-center não modificou a situação. "Já estava ruim antes", lembra ela. "O material fotográfico é muito caro e ultimamente o aumento dos preços dos produtos está sendo mensal, quando há algum tempo atrás era trimestral".

Já Pereira, gerente de vendas da Arapuã, instalada desde 1973 na W/3 Sul, lembra que "esta já foi uma das melhores lojas da empresa, sediada em São Paulo. Hoje em dia, as pessoas compram só o necessário, depois de procurar em todos os lugares e, principalmente, nos shopping centers. Um dos fatores responsáveis por isto é a falta de estacionamento em frente. Este setor aqui é muito abandonado, nem as calçadas têm um tratamento adequado para que as pessoas possam andar com tranquilidade".



Há prédios comportando até 50 apartamentos, muitos deles dispondo de sacadas que dão frente às árvores da avenida

Josemar Gonçalves