

Ceilândia,

modelo de ascensão social

A cidade é um dos cenários que ilustra as mudanças socioeconômicas ocorridas no país. Com a maior população do DF, hoje, a batalha é para ter um lugar de destaque no cenário econômico local, levando em conta seu potencial de consumo

» MARIANA BRANCO

Fotos: Edilson Rodrigues/CB/D.A Press - 16/12/10



A comerciante Maria do Socorro, há 39 anos no centro de Ceilândia, testemunhou o avanço da concorrência no varejo. Hoje, a cidade tem 9 mil empresas

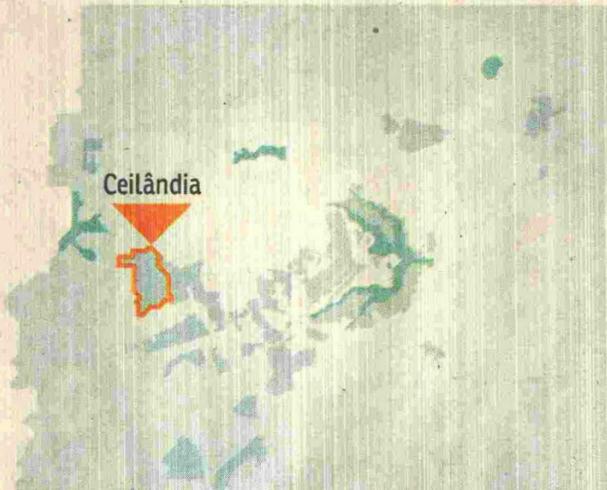
Restes a completar 40 anos em março, Ceilândia briga para conquistar em definitivo seu lugar na economia local e ser tratada em pé de igualdade com a quase irmã gêmea Taguatinga. Muito próximas e parecidas no urbanismo, as regiões administrativas chegam a emendar em alguns pontos, como na Avenida Hélio Prates. Com moradores de renda superior, a vizinha se impôs com comércio e serviços pujantes, consolidando-se como local atrativo para investimentos. Tem hotéis de grandes redes nacionais, dois shoppings e uma universidade conceituada. Os ceilandenses, entretanto, sabem de seu potencial e não querem ficar para trás. Eles ganham menos, mas são em maior número e gostam de consumir. Nos últimos anos, o setor privado da cidade mais populosa do DF (veja quadro) tem trabalhado para impulsionar a atividade econômica.

Segundo os únicos dados oficiais, fornecidos em 2004 pela Companhia de Desenvolvimento do Planalto (Codeplan), a renda média em Ceilândia é de 4,7 salários mínimos por domicílio e de 1,2 por morador. A Associação Comercial de Ceilândia (Acic) acredita que os números podem ser mantidos para os dias atuais, com pequena oscilação. Mas a entidade destaca que o poder de compra dos cidadãos cresceu de lá para cá. Há seis anos, o mínimo era de R\$ 240. Hoje, é de R\$ 540. Aumentou 125% nominalmente e teve 52% de alta real, descontada a inflação do período medida pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

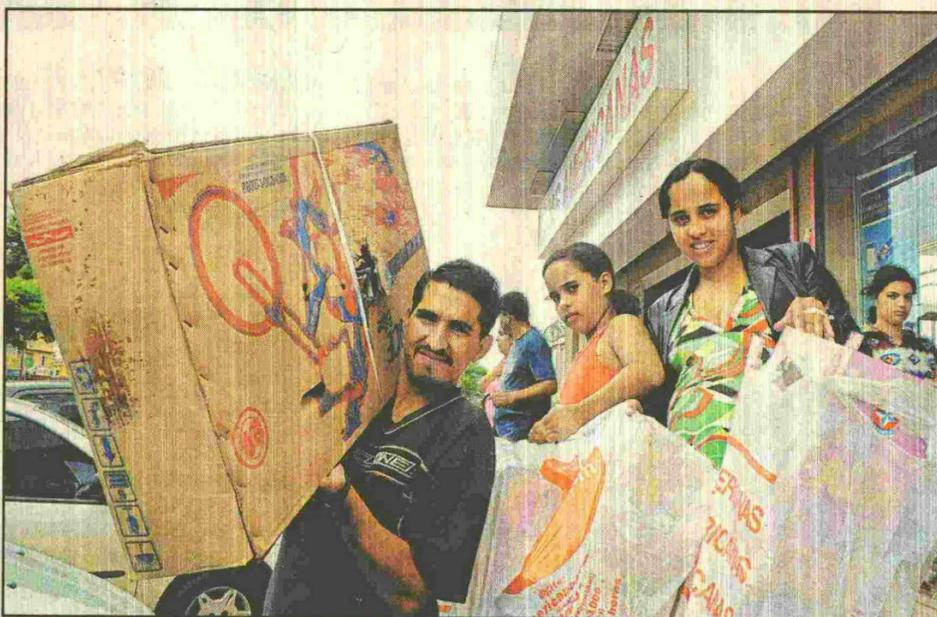
“Sabe essa história de que 30 milhões de pessoas ascenderam à classe média no Brasil nos últimos oito anos, e a classe C se tornou a mais numerosa do país? Ceilândia é a cidade que mais representa a materialização disso”, afirma Clemliton Saraiva, presidente da Acic, referindo-se a pesquisa divulgada em 2010 pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). Saraiva diz que investidores do DF e de outras unidades da Federação reconhecem a força do mercado consumidor na região. No entanto, segundo ele, muitas vezes, é necessário pressionar o poder público a fim de garantir melhorias.

Via estratégica

Ele cita como exemplo a construção da DF-459, via de ligação entre Ceilândia e Samambaia. A pista é considerada de importância estratégica, já que permitirá aos ceilandenses ter acesso direto à BR-060, que vai para Goiânia e São Paulo, e unirá três grandes polos econômicos: Taguatinga, Ceilândia e Samambaia. A ordem de serviço para que o Departamento de Estradas de Rodagem (DER) iniciasse as obras no local foi assinada em 2007, mas a execução dos serviços começou somente em 2008. A entrega estava prevista para a metade de 2010, mas a crise política impediu o cumprimento do prazo. A pista está em fase de conclusão. Embora faltem ajustes, ela já é



Ano de criação	1971
Distância do Plano Piloto	30km
Habitantes	587 mil
Área	202,3km ²
Número de empresas	9 mil
Destaques	comércio, serviços e empreendimentos imobiliários
Carências	shopping center e fiscalização do comércio informal



Tatiana, com a filha, Marisa, e o marido, Willian, garante que Ceilândia não é mais uma cidade dormitório

utilizada pelos motoristas.

Segundo Clemliton Saraiva, a notícia de que a estrada seria construída atraiu investimentos e ações que beneficiaram a cidade. O Instituto de Ensino Superior de Brasília (Iesb) inaugurou um câmpus em Ceilândia Norte em março de 2010, na QNN 31, área próxima à pista. A faculdade, que no Plano Piloto mantém

unidades na Asa Norte e Asa Sul, oferece 14 cursos na região administrativa. Uma concessionária de veículos — a primeira da cidade — também abriu as portas nas proximidades.

A Universidade de Brasília (UnB) tem igualmente um câmpus em Ceilândia Norte, provisoriamente ambientado no Centro de Ensino Médio 4, ao lado da

Estação de Metrô Guariroba. A intenção é que as cinco graduações oferecidas, todas na área da saúde, atendam à população de 13 cidades próximas do DF e Entorno. “Tudo isso valoriza nossa região”, afirma Saraiva.

Além da área próxima à nova pista, outros pontos têm sido focos de crescimento. A cadeia de lojas Marisa abriu uma unidade

na região central em dezembro último. A cidade ganhou ainda no ano passado a rede atacadista de alimentos Assaí, do Grupo Pão de Açúcar, que em 2006 havia inaugurado uma unidade do Hipermercado Extra. Empreendimentos imobiliários são outra marca de Ceilândia, que tem mais de 3,5 mil apartamentos em construção ou à venda. As cinco estações de metrô são um atrativo para as empreiteiras.

Indústrias

Os segmentos de serviço e comércio são os mais presentes. Lojas, escritórios de advocacia, cabeleireiros e cartórios representam a maior parte da economia da cidade. A estimativa da Acic é de que existam 7,8 mil estabelecimentos do tipo. Mas também há espaço para a indústria. “É um dos principais polos do DF. As maiores fábricas são de pré-moldados, alimentos e móveis”, afirma Antônio Rocha, presidente da Federação das Indústrias de Brasília (Fibra). Atualmente, há 1,2 mil empreendimentos industriais funcionando e 100 em implantação.

Nascida em Taguatinga, mas moradora de Ceilândia há 20 anos, a recepcionista Tatiana Paula Rita, 27 anos, diz que as mudanças na dinâmica da cidade são sensíveis. “O comércio cresceu, dá oportunidade de emprego, tem câmpus da UnB. Perdeu a característica de lugar para dormitório”, opinou, durante uma tarde de compras na Marisa com a filha Maria Elisa Rita Benjamin, 10 anos, e o marido, William Castro Alves da Silva, 23.

A reivindicação atual dos moradores e dos empresários de Ceilândia é um shopping para a região administrativa. Grupos do DF já se comprometeram com o empreendimento, mas os projetos não saíram do papel. Integrantes da Acic prometem este ano, ir à Associação Brasileira de Shopping Centers para captar investidores.