

Brasília, onde está sua auto-estima?

Luiz Gonzaga Motta

Existem cidades com grande prestígio externo. Curitiba, por exemplo, construiu nos últimos anos uma imagem de cidade de qualidade de vida superior. Fala-se hoje de Curitiba com um lugar excelente para se viver. Já outras cidades, independente da reputação externa, têm junto a sua própria população um bom conceito interno. É o caso do Rio de Janeiro. Embora aos olhos do país inteiro o Rio seja uma cidade de qualidade de vida deteriorada, sua população continua amando-a como sempre, e feliz.

Nos dois casos, registra-se uma identificação da população com a sua própria cidade. No caso de Curitiba, o bom conceito vem da oferta de serviços e equipamentos urbanos. No caso do Rio, a auto-estima interna relaciona-se mais ao fascínio com a beleza do meio ambiente, à própria história política da cidade como ex-capital federal e a um generalizado sentimento de ser sempre a vitrine do país. Ser carioca é um estado de espírito. O orgulho tem origem emocional, mais que racional.

Em Brasília, como se colocam estas questões? A imagem de Brasília enquanto cidade é negativa interna e externamente. Externamente, Brasília é conhecida no resto do país como o centro da corrupção nacional, onde se concentra um jogo de interesses mesquinhos. A negatividade não se restringe, porém, ao aspecto político de Brasília. Está também associada ao fato de Brasília, enquanto capital planejada, receber recursos federais privilegiados.

Mas, a imagem de Brasília não é negativa apenas externamente. Internamente, os cidadãos parecem não ter ainda se encontrado com a sua própria cidade. Trazidos de vários lugares ou vindo espontaneamente, indivíduos de origem diferentes e de classes sociais distintas aqui se juntaram somando-se todos acidentalmente, sem identidades culturais comuns ou unidade étnica mínima. As diferenças regionais e culturais dificultam a criação de elos naturais e a consequente integração social.

Mais: uma grande parte das pessoas que acorreu a esta cidade veio em busca da consolidação do seu status sócio-econômico. Veio em busca do "pé de meia", de acumular aqui a riqueza que não conseguiu juntar nos seus esgotados locais de origem, para retornar em seguida ao "seu lugar". Isto provocou uma concorrência acirrada em termos de afirmação individual, desconfiança mútua e isolamento. Criou-se um prejudicial sentimento de provisoriação e de breve retorno. A identidade cultural permaneceu com o local de origem, com a família ausente.

Não houve tampouco aqui a atração nem a integração ao meio ambiente natural, que ocorreu em outras situações históricas. O cerrado é um meio ambiente hostil ao homem, não oferecendo por si só uma atração emocional ou financeira imediata. Ele não é um ambiente aglutinador natural como o rio ou a floresta. Não se criou aqui, portanto, uma identidade ecológica. Ao contrário, a atitude geral foi predatória, de uso da terra e das águas de maneira indiscriminada.

Nossa história política também não nos proporcionou oportunidades de criação de uma solidariedade que brota em movimentos coletivos espontâneos. Ainda que ocasionalmente reunidos em torno de questões políticas nacionais, poucas vezes os brasilienses tiveram que se organizar e lutar por conquistas locais. Politicamente, recebeu-se mais do que con-

quistou-se. A autonomia política foi um movimento das elites políticas e jamais empolgou setores populares representativos. Isto não quer dizer que não tenha havido luta política em torno da emancipação, mas apenas que não houve movimentos coletivos geradores de uma consciência independentista.

Somados enfim, todos estes fatores históricos, ambientais e políticos dificultaram o aparecimento e a difusão de um sentimento patrio, de uma solidariedade coletiva integradora do indivíduo com a sociedade e com o meio-ambiente social. Não surgiu aqui o amor incondicional à cidade, nada como o bairrismo puro e forte do carioca, do gaúcho ou do mineiro. Bairrismo e qualidade de vida

Brasília tem boa qualidade de vida urbana e a maior renda per capita do país. Mas, só renda e um bom equipamento urbano não seriam necessariamente o amor à cidade. É preciso algo mais emocional, algo que estabeleça uma relação afetiva entre as pessoas e o local onde elas vivem. Nos locais onde o bairrismo não se consolidou pelo processo natural histórico, é preciso incentivá-lo. Talvez seja isto que Brasília, necessita. Trata-se de promover internamente campanhas de identificação da população com a sua vizinhança, o seu bairro, a sua cidade.

A ausência de bairrismo não é uma questão romântica. Ela traz consequências para o comportamento dos indivíduos e, por consequência, para a cidadania. O indivíduo isolado e não-solidário é muito mais reivindicador. Ele tende a considerar os serviços públicos como uma obrigação única do estado. Cobra, reclama. Mas omite-se das suas responsabilidades. Tudo gira em torno dos seus direitos, nada em torno dos seus deveres. Em Brasília, temos um exemplo disso na "cultura do lote". O indivíduo invade o lote e logo considera-se com direitos sobre o terreno invadido. Imediatamente, passa a reivindicá-lo como um direito seu, como se isto fosse natural, além de exigir serviços urbanos, apesar de não pagar impostos. Não existe isto em outras capitais brasileiras. Só aqui, atitude incentivada pelo paternalismo e pela demagogia eleitoreira.

É difícil contabilizar os custos extras que recaem sobre o estado em uma situação de absoluta dependência econômica da população. Mas, certamente em época de crise financeira e escassez de recursos por parte do setor público, a incorporação da população como parceira no fornecimento dos serviços e equipamentos públicos amenizaria a crise. A população de Brasília precisa se dar conta de que o período do estado-benfeitor se esgotou.

Temos agora, mais do qualquer outro momento anterior, que exercer a nossa ação cidadã. A população de Brasília não pode mais ficar esperando pela ação única dos governantes para solucionar seus problemas. Ela necessita identificar-se com a sua cidade, mobilizar-se, buscar caminhos próprios, encontrar soluções criativas para a questão dos serviços urbanos. Isto tem muito a ver com a auto-estima da população. Identificada com a sua cidade, ela tem mais motivação para mobilizar-se, resolver por si só ou em parceria com o governo as pequenas e grandes questões locais.