

Para resgatar a auto-estima

Luciene Cruz

"Moro num quadrado. Falar do meu céu não é novidade, nem do clima, nem da vegetação. Ao lembrar dele, penso no sol quente e na chuva que se revezam, em crianças que ainda podem brincar pelas ruas, na educação, na estrutura familiar que é reconhecida e valorizada. Penso numa das melhores qualidades de vida do mundo, que me permite dizer: eu prefiro isso aqui. Claro que também penso no Lúcio, no Oscar, na política. As pessoas só vêm isso..."

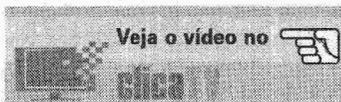
O trecho intimista é apenas uma mostra das ações publicitárias que começam a ser veiculadas, a partir de hoje, em todos os meios de comunicação para resgatar os valores da capital federal. A iniciativa faz parte da campanha intitulada *Brasília Meu Amor*, lançada ontem, que quer mobilizar os mais de dois milhões de moradores da cidade para retomarem a verdadeira imagem da cidade.

A idéia é mostrar a cidade Brasília, que vai além da Esplanada dos Ministérios e das paredes dos famosos projetos arquitetônicos. O objetivo é divulgar a cidade que está fora da corrupção política. "Queremos resgatar a imagem do DF que é caracterizada de forma negativa. Na inauguração, a capital era conhecida como marco de de-

senvolvimento e orgulho. Queremos trazer isso de volta. Atualmente, temos nossa imagem associada à corrupção, mas não somos culpados por isso, também somos vítimas", afirmou o idealizador do projeto e presidente do Sindicato das Agências Publicitárias de Propaganda do Distrito Federal (Sinapro-DF), Fernando Brettas.

Para o coronel Afonso Heliodoro, pioneiro em Brasília, é a Brasília do dia-a-dia que precisa ser apresentada ao Brasil. "Brasília sofreu com os descuidos dos governos, mas essa corrupção vem de fora. A falta de moral não é característica dos brasilienses. Aqui é a capital do Brasil, com uma população digna e batalhadora", mostrou.

O projeto local foi inspirado na campanha *I Love New York* para valorizar a cidade americana. O uso da logomarca poderá ser utilizado por meio de contrato ligado ao Sinapro. Empresas podem vincular a logomarca da campanha a logos próprias em ações publicitárias, produtos ou em brindes. A idéia é que *Brasília Meu Amor* tenha caráter permanente com duas grandes campanhas anuais e outras ações contínuas.



O QUE ACHA DA CIDADE?

FOTOS: ANTÔNIO SIQUEIRA



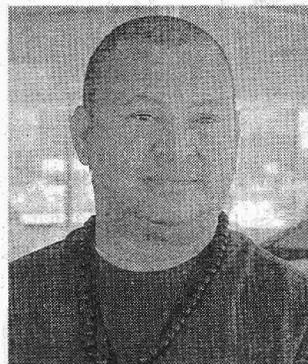
"A cidade é muito tranquila, o clima é muito bom. É aqui que quero envelhecer!"

Elsa Almeida, 58 anos, dona de casa. Gaúcha, mora há 25 anos na capital federal



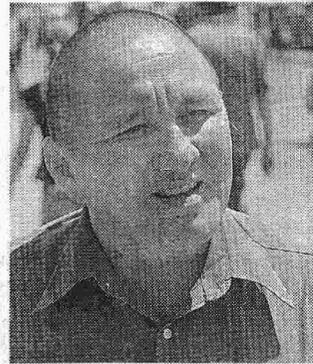
"Aqui (em Brasília) a condição de vida é melhor. Existe mais oportunidade de emprego"

Vera Ramos, 41 anos, dona de casa. Paraibana, há 22 anos na capital federal



"Brasília é como se fosse o retiro do Brasil, aqui só tem paz".

Marcos Machado, 43 anos, supervisor de Fiscalização. Brasiliense



"Brasília é um bom caminho para oportunidade profissional"

Josemar Tavares, 39 anos, autônomo. Paraense, há um ano na capital federal