

Emprego reduz a violência

Ao completar 21 anos, Ceilândia se encontra diante do desafio de fixar uma nova imagem. A maior cidade-satélite — que abriga hoje 374 mil moradores — durante muitos anos foi conhecida pela violência e miséria. Depois de duas décadas de existência, deu um salto à frente, se distanciando do antigo núcleo urbano sem qualquer infra-estrutura, criado para abrigar 80 mil pessoas que viviam nas invasões do Núcleo Bandeirante, Vila IAPI, entre outras. “Ceilândia foi subestimada em sua capacidade de crescimento, mas provou que é capaz de se desenvolver”, avalia o administrador regional, Paulo Alceu.

Ao mesmo tempo em que as pequenas indústrias de fundo de quintal moldam a imagem da nova Ceilândia, os números da violência na satélite vêm diminuindo. “A violência é um fenômeno social e com a melhoria das condições de vida e a geração de mais empregos, a cada ano vem reduzindo o número de crimes”, verifica Paulo Alceu. O delegado-chefe Onofre de Moraes, da 19ª DP, atesta que o número de homicídios na cidade foi reduzido à metade. “Se registra uma média de dois homicídios por mês, quando já registramos o dobro”, compara. O furto em residência também está em decréscimo, baixando de 92 casos mensais em 1988 para 57, no último mês de fevereiro por exemplo.

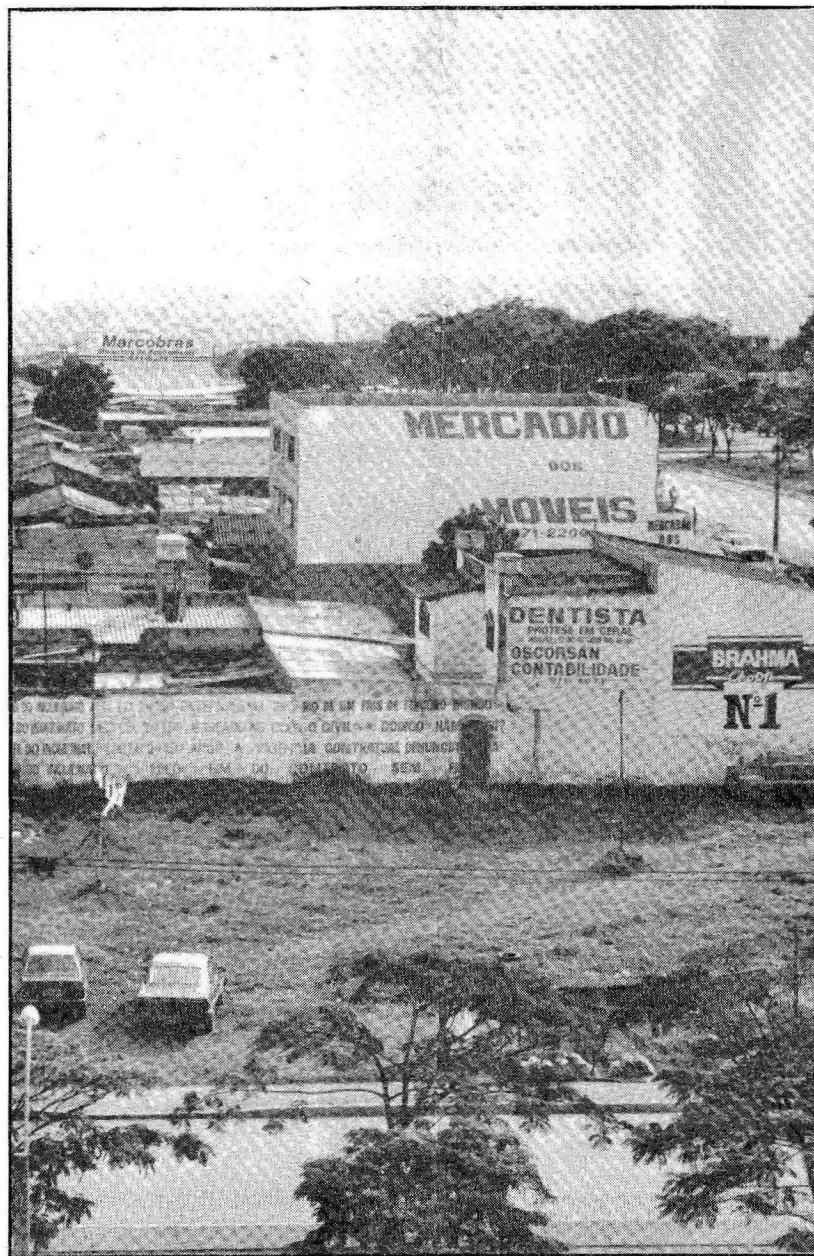
Preconceito

Os co-responsáveis pela mudança de imagem ainda lidam com o preconceito. Muitos empresários de Ceilândia ao comercializarem seus produtos omitem a procedência dos mesmos, segundo o presidente da Associação Comercial e Industrial de Ceilândia (Acic), Il-

ton Ferreira Mendes. Muitas indústrias preferem utilizar **griffes** e etiquetas de outros estados, mas Mendes enfatiza que o momento é de vencer a resistência, assumir que o produto de boa qualidade é feito na cidade, para ganhar confiabilidade.

Vânia Bastos, professora da Universidade de Brasília, participa da equipe que pesquisa o perfil da economia de Ceilândia e afirma que o grande problema do pequeno e médio empresário local é a comercialização de seus produtos. “A dificuldade em colocar o produto no mercado se deve também ao preconceito”, constata, com base em estudos preliminares, já que a pesquisa ainda está em fase de conclusão. Os pesquisadores da UnB vão aplicar 250 questionários — metade no setor formal e metade no informal. “Já detectamos uma potencialidade grande na indústria de confecção, calçados, móveis escolares, aparelhos odontológicos, serralherias e marcenarias”, enumera a professora.

A Siplax Equipamentos Odontológicos é atualmente uma média empresa, originalmente instalada no fundo de quintal. O empresário José Araújo Filho comercializa cadeiras odontológicas, focos de luz, mochos odontológicos e outros equipamentos para clientes de São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador. Ele diz que foi preciso muita luta para se firmar como micro, depois pequeno e chegar a médio empresário. Araújo, morador de Ceilândia há 21 anos, faz questão de imprimir o nome da cidade na sua marca. “As nossas etiquetas levam o nome de Ceilândia, que tem que ser valorizado”, conclui. A Siplax é fornecedora de produtos para o Sesi (Serviço Social da Indústria) e para o Ciac do Paranoá. (E.T.)



As pequenas empresas de fundo de quintal são predominantes