ONEWS.COM.BR

EDIÇÃO 1 ANO 2020 NOVEMBRO

O.news

MIRE A CÂMERA DO SEU CELULAR AQUI

O SEU JORNAL DE SUSTENTABILIDADE COM FOCO NOS ORGÂNICOS

"O ALIMENTO É A MAIOR REDE SOCIAL DO PLANETA"

Por Kátia Bagnarelli

Impactado pelas consequências da pandemia de Covid19, o brasileiro busca cada vez mais dialogar sobre o alimento que precisa chegar à mesa todos os dias. Entretanto não é claro o processo de produção destes alimentos e a responsabilidade da cadeira produtiva com a saúde e com o planeta. Promovendo o diálogo de todos os envolvidos, a plataforma FRU.TO atua no Brasil com a liderança de seus idealizadores, Felipe Ribenboim e o Chef Alex Atala. Segundo Felipe, nós precisamos repensar essa relação: "Repensar é sair do nosso lugar seguro, sair do modo automático e entender que toda ação tem uma reação. Todas as nossas escolhas de hoje têm impactos hoje, amanhã, depois de amanhã e por muito mais tempo. A gente precisa entender que a possibilidade de mudar o amanhã está em nossas mãos hoje. Nós precisamos repensar as nossas práticas, escolhas e isso passa por questões políticas, pessoais e cotidianas." pág.6

EQUIPE FRUTO, IMAGENS LEANDRO MARTINS

EMILIANA,

UMA VIAGEM ÀS ORIGENS DE UM DOS MELHORES VINHOS ORGÂNICOS DO MUNDO.

"Na Emiliana não só acreditamos que a agricultura orgânica e biodinâmica é a melhor forma de fazer vinhos, mas temos a certeza de que é um estilo de vida que nos ajuda a projetar um futuro com respeito e sabedoria. Somos orgânicos porque entendemos que, cuidando da terra e de seus frutos, a natureza pode se expressar de forma mais autêntica e única. E quando a natureza se expressa, move o mundo, desperta paixões, provoca mudanças, abre caminhos para que possamos dar os primeiros passos, inspira-nos e cria obras irrepetíveis", nos conta Alejandro Smith. pág.8

IMAGEM DA VINÍCOLA EMILIANA, NO CHILE.

O CALENDÁRIO DAS FRUTAS ORGÂNICAS NO BRASIL

A produção orgânica tem o seu próprio ciclo natural no plantio e na colheita. Saiba o que comer em cada estação do ano. pág.11

COMPOSTAGEM COM AS CRIANÇAS NA PANDEMIA,

aprenda a preparar uma composteira caseira com ajuda dos seus filhos. pág11

ESCOLA SAUDÁVEL

Núcleo de Sustentabilidade e projeto Comer Bem fazem de uma escola na grande São Paulo um exemplo de que é possível e necessário mudar os hábitos alimentares das crianças e adolescentes da atualidade. Para a Escola Castanheiras localizada em Santana de Parnaíba cuidar da alimentação saudável dos alunos é tão importante quanto educá-los. pág.4

ORGANIS,

permanece em movimento constante pelos orgânicos no Brasil. "A primeira metade de 2020 foi atípica e, em muitos aspectos assustadora para a maior parte do mercado, mas serviu como um bom teste de resistência para os orgânicos brasileiros e para a Organis." Nesta edição uma conversa esclarecedora com o diretor da Entidade no Brasil, Clauder Cobi Cruz. pág.15

A RAINHA CARNAÚBA,

do alimento ao remédio que você consome. A indústria da cera que gera 96.300 empregos diretos no país, especialmente no Ceará e no Piauí, principais estados produtores. "O processo é totalmente sustentável, um exemplo de economia circular. Esta palmeira representa a própria vida. É forte, resistente, sobrevive a muitas situações difíceis. A carnaúba é um exemplo de como todos devem levar suas vidas ", nos conta Lara e Lais Pontes pág.12

HISTÓRIA DO CAMPO, NA CIDADE.

A história do empresário agricultor orgânico Robson do Sítio Baruc.
A Feira dele acontece dentro de escolas no Brasil: "Estar na escola na pandemia sem que os alunos estejam é terrível. Não ouvir a sintonia de graves e agudos tudo junto e misturado com tantas gargalhadas de fundo provoca saudades e tristeza, sem falar nos cumprimentos com voz de bebê que recebia seguido do pedido, 'Oi tio Obson, têm morango?'." pág. 5

"SOU DE ALGODÃO",

iniciativa da Associação Brasileira dos Produtores de Algodão, criado em 2016, o movimento tem o propósito de unir toda a cadeia, do produtor de algodão, passando por fiações, tecelagens, malharias, confecções, pequenos e grandes empreendedores até o consumidor final em torno dessa fibra natural sustentável, essencial na moda e na indústria têxtil. pág.3

A MULHER CRIATIVA QUE TRANSFORMOU EM ARTE SUSTENTÁVEL A CENOGRAFIA DA TELEVISÃO NO BRASIL,

"Desde os três anos de idade fui guiada a esse olhar pelos meus pais, acho que começou quando pedimos, eu e meu irmão um cachorro e meu pai nos levou a um abrigo de cães que seriam sacrificados para adotarmos um, ao invés de comprarmos numa feira de animais. Nossa, isso foi na década de 70. Acho que foi uma linda forma de nos ensinar que nada é descartável", conta Luciana Dias, diretora de criação do Grupo Bandeirantes para o Onews de forma exclusiva. pág.10

O QUE É LIDERANÇA SUSTENTÁVEL?

Neste retorno ao “novo normal”, depois de todos os impactos conhecidos ou não sobre a saúde física e mental e sobre a segurança psicológica das pessoas, as lideranças também tem que usar alguns protocolos importantes, para uma retomada com cautela e humanidade. Destaco cinco protocolos que podem ser seguidos por um líder.

por Sérgio Augusto Lopes

MENSAGEM EDITORIAL ONEWS

O jornal Onews vem sendo planejado há muitos anos, agora se torna urgente que ele se consolide e chegue até você com informação de qualidade e com a credibilidade de um veículo que nasce para que você possa ter escolha. Escolha focada numa vida mais saudável, feliz e economicamente consciente. Nós estamos vivenciando o pior momento para muitas de nossas gerações e um dos piores entre tantos outros que viveram, para as gerações ascendentes em todo o mundo. A pandemia de Covid19 nos mostra que precisamos adquirir conhecimento útil às mudanças necessárias em nosso dia a dia a fim de conquistarmos melhores condições e acesso. Nos informar para descobrir qual é a nossa pegada ecológica no consumo inconsciente e o quanto estamos confortáveis para migrar para um consumo mais consciente e responsável é uma urgência para muitos de nós nestes tempos. Nós queremos que você tenha escolha e a partir de hoje nós nos comprometemos a lhe entregar informação e conhecimento através de notícia com interatividade das plataformas digitais disponíveis na atualidade. Queremos lhe mostrar que a maior inovação é saber o que fazer para cuidar de você mesmo(a) e do planeta em que você vive. Nós queremos ouvir e levar até você a voz de quem atua no setor da sustentabilidade e produz orgânicos. Nós apoiamos a preservação da natureza e sabemos que assim ela nos apoia. Bem vinda (o) ao Onews, o seu jornal de sustentabilidade com foco nos produtos orgânicos. Sinta-se em casa e compartilhe com a nossa redação o seu dia a dia mais saudável, espiritual, emocional e economicamente. Esta é a nossa primeira edição e você já faz parte desta história. Aproveite. Grata por estar aqui. Até a próxima.

Kátia Bagnarelli
Editora e redatora do jornal Onews

SAIBA COMO MONTAR SEU PRATO SAUDÁVEL

Em seu prato escolha vegetais crus ou cozidos, eles devem representar a parte mais colorida e maior de suas refeições; Carboidratos como arroz integral orgânico, massas integrais orgânicas, batatas e farinhas orgânicas são bem vindos e se possível não escolha todos de uma única vez; Feijão orgânico, grão de bico, soja ou lentilha orgânicas devem estar ao lado de proteínas vegetal e animal. As proporções sugeridas:

50% Vegetais crus e cozidos
25% Carboidratos
25% Proteína vegetal e Animal *você pode substituir a proteína animal por vegetal em novas formas disponíveis na indústria da atualidade

JORNAL O NEWS É PRODUZIDO E DISTRIBUÍDO POR

EDITORA E PRODUTORA BAGNARELI COMUNICAÇÃO LTDA - BERENGUE FILMS
CNPJ: 10.490.946/0001-37
Alameda das Quaresmeiras, 211, Santana de Parnaíba, São Paulo/ Brasil
CEP 06544-610

CONTATO COM A REDAÇÃO
e-mail: editorial@onews.com.br

CENTRAL DE ATENDIMENTO COMERCIAL PARA CLIENTES DIRETOS E PARA AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA
e-mail: editorial@onews.com.br
telefone e WhatsApp:
55(11) 9 8872 2007

CENTRAL DE ATENDIMENTO PARA PARCERIAS E CONTATO INSTITUCIONAL
e-mail:
katiabagnarelli@grupobagnarelli.com.br
telefone e WhatsApp:
55(11) 9 8872 2007

IMPRESSÃO
Grafinorte - Tribuna PR
Gráfica FOLHA/ GRUPO FOLHA

CENTRAL DE ATENDIMENTO AO LEITOR
HTTPS://WWW.ONEWS.COM.BR/FALE-CONOSCO/

REDES SOCIAIS
onews_sustentabilidade

CANAL YOUTUBE
onews sustentabilidade

PERIODICIDADE
Mensal
QUANTIDADE
5 mil exemplares

DISTRIBUIÇÃO
Território Brasileiro com distribuição direta no estado de São Paulo em Alphaville/Barueri, Tamboré/Santana de Parnaíba, Aldeia da Serra e Maresias/São Sebastião, São Paulo capital e Campinas. Estados do Ceará. Minas Gerais e Brasília.

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS À EDITORA E PRODUTORA BAGNARELI COMUNICAÇÃO LTDA / BERENGUE FILMS

A LIDERANÇA E A SUSTENTABILIDADE

POR SERGIO AUGUSTO LOPES

Liderança é um tema muito amplo.
O tema sustentabilidade desde há muito tem sido pauta necessária e presente nas discussões estratégicas de negócios e, portanto, parte integrante e fundamental do perfil do líder. Engajamento, compromisso, responsabilidade, exemplo e ação são posturas exigidas para um líder socialmente responsável. As lideranças precisam ser protagonistas desse processo, representando instituições sejam públicas ou privadas de qualquer natureza ou setor.
Infelizmente, penso que ainda existe muito discurso e poucas ações práticas sobre sustentabilidade, principalmente por parte das lideranças políticas em todo o mundo. Pagaremos um alto preço como sociedade caso essas lideranças nocivas não mudarem seus valores e atitudes diante do tema.
Existem diversos estudos muito sérios publicados por organizações de respeito (WEF, PwC, EY, Mckinsey, etc) que demonstram com fatos e dados que o cuidado com o meio ambiente é, do ponto de vista econômico, financeiro e estratégico, fundamental para a sobrevivência e competitividade das empresas. Empresas e seus líderes não gostam de rasgar dinheiro. De perder valor de mercado. De perder clientes e ter seus produtos e serviços questionados por eventuais danos ao meio ambiente. Portanto, não se trata apenas de como promover a transição. Isso é mandatório! Trata-se de quando isso deva acontecer. E quem ainda não começou, já está muito atrasado.

É fundamental o líder como exemplo nas questões da sustentabilidade e do meio ambiente. Imagino que de nada adianta um discurso bonito de preocupação por parte da organização e o líder, na sua casa, por exemplo, não adotar as mais simples medidas de respeito ao meio ambiente. Quando abordamos a posição dos pais e mães na sociedade, de novo nos vem a questão do exemplo em ações práticas e não apenas em discursos. Por outro lado, acho que existe um sentido inverso: hoje me parece que são as crianças e adolescentes que estão mais engajados nas questões da sustentabilidade por um mundo melhor no futuro, já que eles são o futuro. Como adultos, precisamos de humildade para aprender com as novas gerações, sobretudo nas questões do meio ambiente.
Quanto aos professores e educadores, o poder de influência é enorme. Porém, eles precisam antes de tudo aprender um pouco mais sobre sustentabilidade e meio ambiente para poder “ensinar” nossos jovens e esse é um ensino de atitude e comportamento e não apenas “faça isto e/ou não faça aquilo”.

O CENÁRIO POLÍTICO BRASILEIRO

Competência é um conceito que engloba conhecimentos, habilidades e atitudes. Me parece que para uma grande maioria dos políticos brasileiros faltam os 3 elementos. Demonstram desprezo pelo conhecimento científico de organizações que estudam a deterioração do meio ambiente. Falta habilidade para alinhar interesses econômicos, políticos e da sustentabilidade. E não têm atitudes pessoais e institucionais de respeito e preocupação com a destruição do meio ambiente.
As diferenças que existem entre um bom e um mau líder são determinantes no que pode acontecer ao meio ambiente. Do ponto de vista do bom senso e da realidade dos fatos, não há como negar a deterioração das condições ambientais. Líderes minimamente conscientes e responsáveis ajudam a evitar catástrofes ambientais ainda maiores. Já líderes que colocam os interesses econômicos acima do respeito ao meio ambiente provocam tragédias que poderiam ser evitadas (vide Vale em Brumadinho).
Certamente temos muitos exemplos de lideranças empresariais que tem boas iniciativas e ações de sustentabilidade. Citar nomes pode ser restritivo, uma vez que o tema tem uma infinidade de variações nas questões do respeito ao meio ambiente. A pandemia expôs a fragilidade do ser humano às condições mais diversas do meio ambiente. Esse vírus e tantos outros estão “por aí” habitando o planeta e dividindo a superfície com o ser humano. No tratamento da pandemia e de todas as implicações presentes e futuras, a presença da liderança é fundamental e vimos aqui no Brasil quão nefasta é a ausência da liderança e/ou a negação do problema. Isso vale para a atual crise, mas também para a permanente crise em relação à destruição do meio ambiente.

SÉRGIO LOPES, COACH, CONSULTOR E IDEALIZADOR DA "PERFORMANCE TOTAL ".

Líderes políticos e empresariais negacionistas e reducionistas dos impactos da pandemia e da destruição do meio ambiente, colocam em risco o futuro da humanidade. Infelizmente, o povo brasileiro ainda é ignorante em conhecimentos básicos (língua portuguesa, matemática), o que dirá em relação à consciência ambiental. Mas, não sejamos totalmente pessimistas: algumas ações ainda que isoladas podem nos ajudar a superar a ignorância.

OS LOUCOS GERAM MAIS RESULTADOS

Este nosso livro trata de profissionais que são acima da média. Que entregam os melhores resultados que podem fazer, em qualidade e quantidade. Lá abordo as principais características, comportamentos, competências dos “loucos”. Penso que momentos como o que estamos vivendo precisam desse tipo de gente. Gente que acredita que podemos sim ter a vacina para a covid-19 em tempo recorde, questionando parâmetros tradicionalmente definidos pela ciência. O mesmo vale para o meio ambiente. Precisamos desses “loucos” para ajudar a resolver as questões do aquecimento global, da destruição das florestas, da redução do uso de agrotóxicos. Precisamos desses “loucos” como tantos que já tivemos na história da humanidade.

Tenho dois recados diferentes: um mais ligado a liderança de pessoas neste momento de pandemia e início de retorno de atividades e outro sobre o meio ambiente. Vamos lá:
Neste retorno ao “novo normal”, depois de todos os impactos conhecidos ou não sobre a saúde física e mental e sobre a segurança psicológica das pessoas, as lideranças também tem que usar alguns protocolos importantes, para uma retomada com cautela e humanidade. Destaco cinco protocolos que podem ser seguidos por um líder. O primeiro deles é a ***consideração***, sendo importante que o líder se posicione diante das pessoas e considere que todos estão em um momento de insegurança e incerteza.
O segundo é a ***esperança***, sendo necessário ter sempre uma perspectiva positiva do que pode acontecer amanhã. O terceiro é a ***compaixão***, no sentido de entender o que as pessoas estão passando, apoiando e acolhendo. Encarar de frente a ***vulnerabilidade pessoal e do outro*** é o quarto protocolo, já que em tempos de isolamento social, as pessoas tendem a ficar mais vulneráveis e inseguras em relação à saúde física e, principalmente, à saúde mental. E todas essas atitudes precisam ser feitas com ***gentileza***. *Gentileza é compreender a natureza humana com base nos quatro protocolos anteriores e genuinamente cuidar e estar à serviço do outro.* Em relação ao meio ambiente, quero destacar e provocar as lideranças em todos os segmentos da sociedade a enfrentar um problema: o ***lixo.*** O Brasil já produz mais de 80 milhões de toneladas de lixo por ano e a previsão é que chegue a 100 milhões de toneladas em 2030. E não há espaço para recolher, armazenar, tratar esse lixo. Que tipo de mundo queremos deixar para as futuras gerações? Um grande lixão, provavelmente. As organizações empresariais deveriam levar mais a sério a logística reversa, obrigando-se a receber de volta produtos vencidos, desatualizados, e tantos outros materiais associados aos seus produtos ou serviços e que não tem destinos apropriados.
Os governos deveriam levar mais a sério a coleta seletiva de lixo, proporcionando uma logística eficaz para transformar lixo em riqueza.
Os indivíduos também tem sua parcela de responsabilidade, seja num consumo mais consciente, seja no tratamento que dá ao seu lixo.
Enfim, fica aqui um desabafo e uma provocação.

MOVIMENTO "SOU DE ALGODÃO" UNE A CADEIA PRODUTIVA DO ALGODÃO SUSTENTÁVEL NO BRASIL E CONSOLIDA UM LEGADO NA COMUNICAÇÃO COM O CONSUMIDOR

POR MILTON GARBUGIO, PRESIDENTE DA ABRAPA

CULTIVO DO ALGODÃO SUSTENTÁVEL
CRÉDITO: CARLOS RUDINEY - ABRAPA.

Sou de Algodão é o movimento nacional de iniciativa da Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (ABRAPA) que tem como propósito unir a cadeia produtiva do algodão sustentável. Essa cadeia produtiva vai do produtor de algodão passando por fiações, tecelagens, malharias, confecções, pequenos e grandes empreendedores até chegar ao consumidor final. A ABRAPA representa atualmente os produtores de mais de 99% da fibra de algodão no Brasil. O algodão sustentável é produzido seguindo os rigorosos protocolos de certificação em sustentabilidade do programa *Algodão Brasileiro Responsável (ABR*). Estes protocolos preveem, entre outros pontos, a preservação do meio ambiente, a conservação dos biomas e recursos naturais como água, ar e solo, as boas práticas agrícolas, a proibição da mão de obra irregular, o respeito e a valorização do trabalhador. O algodão sustentável é uma fibra natural essencial para a indústria da moda e para a economia do Brasil. Neste tipo de cultura, é permitido o uso de insumos químicos, de forma extremamente racional e responsável, para o manejo da lavoura, respeitando-se todas as regras para a sua aplicação. Também é permitido o uso de sementes geneticamente melhoradas ou modificadas e transgênicas, desenvolvidas conforme protocolos legais internacionais, com o objetivo de obter espécies mais bem adaptadas aos biomas, aos tipos de solo e ao clima da região de plantio, bem como para a obtenção de melhor qualidade da fibra. Associado às boas práticas de produção, o Brasil é o campeão mundial em produtividade sem irrigação em larga escala e é o principal fornecedor de algodão sustentável do mundo, suprindo mais de 35% de toda a demanda pela fibra de algodão.

Já na produção do algodão orgânico, não é permitido o uso de qualquer tipo de insumo químico como defensivos ou fertilizantes, nem sementes transgênicas. Há protocolos próprios que preveem, por exemplo, uma distância mínima de qualquer tipo de plantação que use insumos químicos para garantir pureza e receber certificados de produto orgânico. Devido às condições climáticas e a alta incidência de pragas, a produtividade neste tipo de cultura é mais baixa, não alcançando 50% comparada com a de algodão sustentável. Por ser produzida em pequena escala, principalmente por produtores de agricultura familiar e, muitas vezes consorciadas com outras culturas (conhecidas como cultura agroecológica), a mecanização é inviável. Todas as etapas do cultivo são manuais. Este tipo de algodão não representa, atualmente, nem 0,5% do volume produzido no mundo.

O movimento Sou de Algodão foi criado em 2016 e as iniciativas são fundamentadas em 3 pilares: informacional, promocional e de negócios. O pilar *informacional* tem como objetivo disseminar a informação e formar a base de conhecimento. Estão neste grupo de ações a geração de conteúdo em redes sociais e site, o “Desafio Sou de Algodão + Casa de Criadores” e a participação em palestras e debates online e em eventos. Na frente promocional, eventos e ativações são o principal meio utilizado para que as pessoas entendam, percebam e reconheçam o valor do algodão e da sustentabilidade da cadeia. Costuramos parcerias com semanas de moda e com marcas parceiras para gerar experiência e chamar a atenção do público para a fibra. As ações de negócios ainda não iniciaram, têm como objetivo aproximar diferentes elos da cadeia de valor do algodão, transformando o ambiente de business onde todos possam se beneficiar.

Os agentes da cadeia produtiva (agro) são o próprio produtor, os fornecedores de insumos, implementos, equipamentos e financiamento agrícolas, traders (profissionais que comercializam o commodity) e beneficiadores da pluma. No entanto, o público é muito mais amplo e inclusivo e em grande parte representado pelos apoiadores institucionais: Abest, Abit, Abvtex, Etiqueta Certa, Casa de Criadores, Ecoera, Denim City, Ecomaterioteca, Anea e BBM. Embora existam iniciativas importantes, como o programa de certificação Abvtex, que atua na cadeia fornecedora das grandes marcas varejistas do país, na erradicação da mão de obra análoga à escrava há muitas frentes a serem trabalhadas de forma integrada nos 3 pilares: ambiental, social e econômico. A indústria da moda é gigantesca, com empresas nos mais variados formatos e tamanhos, de microempreendedor individual a grandes empresas com 1 a milhares de colaboradores, nos lugares mais remotos deste país. Os desafios são enormes. Sabemos que a indústria, principalmente formada por médias a grandes empresas, já se movimenta para tornar a moda mais justa e sustentável, mas é um trabalho que requer foco, esforços e colaboração de todos.

As ações voltadas a esse público procuram ampliar essa visão, trazendo não só toda a carga de informação do programa socioambiental ABR, mas também outros exemplos, para que o aluno saiba que é preciso cuidar do meio ambiente, respeitar o trabalhador e ser economicamente viável. As escolas de educação fundamental e médio já começam a desenvolver o tema ‘sustentabilidade’ em seus materiais didáticos, ainda de forma superficial, para que os estudantes entendam como tornar sua comunidade ou sua rotina mais

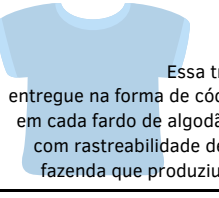
RAISSA SEVERO

sustentável, através de práticas como a segregação dos resíduos, a reutilização de materiais, entre outros exemplos. É necessário aprofundar ainda mais, trazendo no contexto do seu cotidiano, para que eles entendam, desde pequenos, a composição da roupa e como escolher artigos mais sustentáveis que tenham sido produzidos de forma responsável incluindo noções sobre economia circular. Os pais têm, definitivamente um papel fundamental na educação de seus filhos e a melhor forma de se influenciar crianças a adotarem boas práticas e adquirirem conhecimento é através do exemplo. Por isso é importante observar a forma como nós, adultos, incorporamos em nossas rotinas, por exemplo, o uso de materiais recicláveis ou reutilizáveis ou a escolha de produtos mais amigos do meio

MILTON GARBUGIO, PRESIDENTE DA ABRAPA

ambiente ou que entreguem transparência socioambiental sobre sua produção, para que as gerações futuras entendam as referências de uma conduta responsável no consumo. As novas gerações de consumidores são vorazes na busca de informações e cobram cada vez mais transparência das marcas que as alcançam. Atender a esse anseio, entregando valor, com base em suas boas práticas sustentáveis pode ser um bom caminho para abrir diálogo e angariar admiradores que se tornarão consumidores fiéis e embaixadores dessas marcas.

Na safra 2018/19, mais de 75% da produção de algodão recebeu a certificação do programa ABR e 72% foi licenciado pela Better Cotton Initiative (BCI). Com crescente participação do Brasil no mercado internacional, o país tomou o topo do ranking de fornecedores mundiais de algodão sustentável na última safra (2018/19), suprindo quase 1/3 da demanda global. Estar nesta posição enche de orgulho e aumenta a responsabilidade e compromisso de entregar, de forma cada vez mais transparente, a conduta responsável do produtor.



Essa transparência é entregue na forma de código de barras, em cada fardo de algodão beneficiado, com rastreabilidade de origem, até a fazenda que produziu esse algodão.

PERSONAGEM MAYRA SALLIE ESTILISTA MARCA KOIA TECELAGEM VICUNHA

"Ambiental, Social e Econômico; Os 3 pilares fundamentais do algodão sustentável."

MAIS DE 280 MARCAS PARCEIRAS,

dos mais diversos elos da cadeia têxtil e de moda, e empreendedores de todos os portes, do pequeno artesão que cria produtos com tecidos ou fios de algodão, até grandes confecções e redes varejistas. Elas são fundamentais no movimento, pois são elas que tornam tangível a presença do algodão no dia a dia das pessoas e demonstram toda a versatilidade da fibra.

A JORNADA DO ALGODÃO SUSTENTÁVEL

O início da jornada é na produção do algodão sustentável, beneficiado e entregue à fiação com certificado do programa ABR. Ao entrar na cadeia têxtil, a fiação, tecelagem ou malharia e a confecção devem adotar protocolos que entreguem sustentabilidade, como o uso responsável dos recursos naturais, o tratamento e descarte correto de resíduos, a adoção de boas práticas na produção e o respeito às leis trabalhistas, até chegar ao ponto de venda de uma marca ou rede varejista, que também deverá observar todos esses requisitos. A lógica é única e deve percorrer toda a cadeia, do início ao fim. E, se for possível, ainda, voltar ao ciclo, sendo esse produto reutilizado ou reciclado. As instituições de ensino superior em moda e design têm adotado cada vez mais o tema 'sustentabilidade em sua grade curricular, para que o aluno possa ter uma visão sobre como desenvolver uma moda mais sustentável.

Embora tenhamos ciência de que a sustentabilidade deve ter equilíbrio de ações ou critérios nos 3 pilares, normalmente as universidade dão maior ênfase no pilar ambiental, com foco em materiais sustentáveis e reciclados ou recicláveis. O setor produtivo do algodão é uma atividade agro e, no campo, o trabalho não para. Porém, os reflexos de comercialização sofrem os mesmos impactos que toda a cadeia têxtil está sofrendo neste tempo de pandemia de Covid19. Em alguns aspectos, o algodão sustentável pode ser considerado uma questão de saúde. A fibra é hipoalergênica e indicada para todas as pessoas, de qualquer idade. Por ser suave e permitir que a pele respire, é a preferida do segmento infantil e recomendada por médicos para prevenir irritações ou alergias na pele delicada do bebê. Por essa mesma propriedade, é recomendada por dermatologistas e ginecologistas, para prevenir dermatites causadas por fungos ou bactérias. E na questão da sustentabilidade, é uma fibra biodegradável, portanto, menos nociva para o meio ambiente.

"Um movimento existe com a presença e participação ativa de vários agentes que compartilham o mesmo propósito. Se você se identifica com o nosso propósito, venha fazer parte!"
Sou de Algodão

ESCOLA SAUDÁVEL

Núcleo de Sustentabilidade e projeto ***Comer Bem*** fazem da escola Castanheiras um exemplo de que é possível e necessário mudar os hábitos alimentares das crianças e adolescentes da atualidade. Para a Escola Castanheiras localizada em Santana de Parnaíba na grande São Paulo cuidar da alimentação saudável dos alunos é tão importante quanto educá-los. A escola reconhece que é impossível pensar no futuro sem mudar os hábitos do presente. O projeto *Castanheiras Sustentável* promove ações em quatro frentes: alimentação, ruído, espaço físico e lixo. A iniciativa começou em 2008 e, em menos de dez anos vários objetivos foram conquistados como mapeamento de resíduos, programa de mitigação e destinação responsável do lixo gerado na escola, educação ambiental para alunos e funcionários, sinalização de lixos recicláveis e coleta seletiva em toda escola, envio de comunicados preferencialmente de forma digital para ajudar na eliminação do uso de papel em informes, eliminação de embalagens descartáveis e isopor – substituídas por garrafas e copos de vidro, uso de máquina industrial para lavagem da louça, horta escolar, tratamento acústico e aumento da luminosidade natural nas salas de aula. A Escola também tem como missão melhorar a alimentação, desenvolver a educação nutricional, apoiar e favorecer sistemas alimentares sustentáveis e por meio deste objetivo criou um programa de educação focado na compreensão das relações entre comida, cultura, saúde e meio ambiente. O restaurante da escola tem um forno combinado digital, onde os alimentos são preparados utilizando ar quente e vapor, dispensando o uso do óleo, o que torna o preparo do alimento ainda mais saudável. A escola não tem fritura em imersão entre suas práticas na alimentação, nem mesmo margarina, molho de tomate pronto, caldos industrializados ou açúcar refinado. A preferência é pelo consumo de frutas e legumes orgânicos sempre que possível e só utiliza açúcar demerara e molho feito com tomates frescos. A seguir a entrevista do jornal Onews com a nutricionista da escola Denise Rodriguez de Figueiredo.

Onews: Por que é tão importante ter esta responsabilidade de inserir os alimentos orgânicos na alimentação diária dos alunos dentro da escola?

Denise: A escola tem um papel muito importante com a educação como um todo e principalmente com a educação alimentar. Tem crianças que ficam praticamente o dia todo na escola e que fazem três refeições por dia aqui. É por isso que precisamos pensar em oferecer um alimento de qualidade.

Onews: Quais são as dificuldades em substituir a alimentação convencional pela saudável e orgânica e como enfrentar este tipo de dificuldade?

A resistência acontece, pode acontecer na infância, na adolescência e até na vida adulta. O que precisamos fazer é levar a criança à feira, levar a criança à horta, dar oportunidade à criança para tocar o alimento, conhecer de onde ele vem, como é o alimento in natura. Muitas vezes a criança só conhece o alimento quando ele já está pronto. Elas sabem que a batata é a batata frita, que pepino é somente o picles. Aqui na escola conseguimos transpor essa realidade com o projeto de horta onde as crianças conhecem a flor da berinjela e entendem que essa flor se transforma no alimento. Através deste contato elas adquirem o conhecimento de textura, de sabor, de cheiro e isso desperta o interesse dessas crianças na hora de se alimentarem com esses alimentos frescos. O lado lúdico ajuda muito, elas gostam disso. Gostam de mexer no alimento, elas gostam de preparar. E esse preparo não precisa ser restrito a somente bolos e doces. Lavar e higienizar as frutas por exemplo para fazer uma salada de frutas, lavar as folhas das verduras e colher os ingredientes frescos para o tempero de uma salada que elas comerão no almoço, todo esse processo atrai as crianças. No momento em que a gente traz a criança para esse universo prático já temos um grande avanço.

Denise Rodriguez de Figueiredo, nutricionista da Escola Castanheiras

VOCÊ SABIA?

65,3% da população brasileira costuma comer frequentemente fora de casa (Pesquisa do Instituto Popular).

Estudos mostram que jovens que se alimentam frequentemente em restaurantes nomeados "fast food" apresentam maior peso corporal e resistência aumentada à insulina (a glicose não consegue entrar nas células e fica na corrente sanguínea) quando chegam ao início da meia idade.

75% da população mundial consome o dobro da quantidade de sódio recomendada (WHO, 2009).

O consumo diário de sódio para adultos não deveria ser maior do que 2.000mg, o que corresponde a 5g de sal de cozinha ou 1 colher de chá rasa de sal ou 5 pacotinhos (1g cada) em restaurantes (OMS, 2012).

Onews: Qual o percentual atual de produtos orgânicos que a escola insere na alimentação dos alunos diariamente?

Hoje está em torno de 40%. Já foi um grande avanço principalmente com a horta própria da escola que atende bem o período do almoço em termos de vegetais e temperos.

Onews: É possível chegar a 100%?

Parece um pouco utopia, mas eu acredito. Hoje os orgânicos não se resumem somente ao hortifruti, o mercado já nos entrega uma variedade muito grande tanto de ovos quanto de carnes. Tudo faz parte de um grande trabalho que nós fazemos aqui na escola ao lado da empresa de alimentação que é muito parceira neste sentido.

É necessária uma conscientização de todos. Hoje a escola atende cerca de 300 pessoas entre alunos e funcionários que também almoçam aqui. Todos são beneficiados com uma boa alimentação. São de 300 a 400 refeições por dia fora os lanches que preparamos na cantina. O "lanche Castanheiras" e a "Lancheira Castanheiras" fazem a introdução destes alimentos orgânicos e saudáveis.

"Peguem suas crianças, levem elas à feira, colham com elas, levem elas para a horta e deixem que mexam na terra. Deixem que se lambuzem com a comida. Não tem problema, depois lavem. Elas precisam ter esse contato com o alimento porque é a partir daí que irão despertar o interesse por se alimentarem bem conquistando conscientização deste consumo e uma vida melhor."
Denise Rodriguez, nutricionista

HISTÓRIAS DO CAMPO, NA CIDADE. O SÍTIO ORGÂNICO AMIGO DA CRIANÇADA.

Pelo agricultor Robson.

Na década de 90 fui gerente de um grande restaurante japonês e nós utilizávamos muitas verduras. Era muito comum esses produtos chegarem e você sentir o cheiro do agrotóxico. Eu me sentia muito mal em fornecer esse tipo de alimento aos meus clientes. Foi aí que começou a nascer o sonho de comprar um Sítio e de fato colocar a mão na terra. Como vocês estão vendo obtive sucesso.

Plantar e Amar

Nosso dia começa bem cedo, próximo das 6:00hs iniciamos nossas atividades, de segunda à quinta-feira a primeira tarefa do dia é um dos momentos mais agradáveis numa horta, a colheita, ela também tem sua arte, para não pôr a perder todo o trabalho anterior. É na hora da colheita que mais se percebe a importância das hortas orgânicas, mesmo que reduzidas, pois quanto menor tempo houver entre a colheita e o consumo melhor. Feito isto, esses produtos são encaminhados para higienização e para serem embalados para comercialização. Normalmente à tarde uma parte da equipe retorna aos canteiros para fazer o que chamamos aqui de Tratos e Carinhos, é o que os agrônomos chamam de tratos culturais. Este trabalho acontece todos os dias. Não é só plantar, regar e ficar esperando...As hortaliças precisam também de uma série de cuidados e mimos como afofamento da terra, controles de ervas daninhas, pragas e muita conversa... para que o verde se anuncie de forma exuberante alegrando corações. Pode parecer estranho, mas é pelo coração que me ligo a minha horta. Estranho porque para muitos a relação acontece através da boca, gosto da minha horta mesmo que não tenha nada para colher, ou melhor, há sempre o que colher, só que não para comer.

O solo orgânico

Ao contrário do que aparenta o solo Brasileiro não é rico, a maior parte do território nacional é composta de solos velhos, desgastados e geralmente acidificados. O solo doente é muito compactado sem poros por onde penetrem a água e o ar, com isso as raízes não conseguem se aprofundar e quase não há vida no solo. O resultado é a baixa produtividade. No solo sadio a vida é intensa, milhares de microrganismos e outros bichinhos cavam buracos e túneis, a terra se torna porosa, fofa, permeável à água e ao ar. As raízes se expandem sem obstáculos para buscar nutrientes. O primeiro passo para deixar este solo sadio é fazer uma análise de solo para identificar suas deficiências nutricionais e adotar um manejo adequado ao solo, como adubação verde, rotação de culturas e período de pousio. Aqui no Sítio demoramos Três anos para atingir um equilíbrio adequado, anualmente este solo trabalha oito meses e descansa o restante do período, mas sempre acompanhado de uma adubação verde, que consiste em plantar uma cultura para ser incorporada ao solo e auxiliar em suas deficiências nutricionais. Brincar com a terra, conquistar sua dureza, misturar o esterco esfarelado, senti-la leve e solta. Diante dos nossos olhos a terra, de coisa estéril, dura e virgem é agora Mãe Terra. Tenho uma horta porque preciso dela, como preciso de alguém a quem amo.

As pragas

O primeiro remédio para prevenir doenças e pragas é um permanente cuidado com o solo. Um ataque de praga ou doença é sinal de que em algum lugar está havendo desequilíbrio. As doenças do homem também ocorrem em organismos enfraquecidos. Mesmo que a urgência do problema nos obrigue a combater primeiro os sintomas, só a remoção das causas do desequilíbrio eliminará a incidência de pragas e doenças. Ninguém pode passar a vida toda comendo apenas arroz, feijão e pão. Um pouco de ferro na alimentação humana é sempre necessário. Para que a planta tenha saúde, é preciso devolver ao solo todos os elementos que o vegetal retirou dele. O que está acontecendo com a chamada agricultura moderna, é que se retiram do solo vários elementos, mas devolve-se apenas três, nitrogênio, fósforo e potássio. O resultado é chamado por alguns autores de “fome oculta”, os alimentos não têm
gosto, não tem sabor, não são completos. A planta é um ser vivo e, como tal, nem melhor nem pior que o homem, apenas semelhante “Tu és pó e ao pó retornarás”. Então, não custa reavivar um pouco a memória para lembrar que não estamos isolados, e sim dentro de um sistema formado por muitos outros seres. Um sistema que é cíclico. E esse ciclo tem seu início nos vegetais.

A irrigação

A água é fundamental para as plantas, sem ela os vegetais não conseguem absorver os nutrientes disponíveis no solo. As regas devem atingir as raízes das plantas, pois são elas que levam essa água até as folhas, através de pequenos canais semelhantes as veias dos homens. Quando falta água, as plantas acionam um mecanismo interno de sobrevivência e murcham. É sinal de socorro. A falta de água retarda o crescimento, piora a qualidade, acelera a maturação e diminui a produtividade. Mas, como em tudo na vida, aqui também deve haver equilíbrio, pois o excesso de água é igualmente prejudicial. As regas não devem ocorrer sob sol forte, de preferência no final da tarde para manter a umidade do solo por mais tempo. E neste momento de frescor, a horta, como forma de retribuição, apresenta um banquete de perfumes. Horta é coisa boa de se cheirar. É daqueles momentos que você cheira fundo e para isso até fecha os olhos, porque o cheiro vai mais dentro que os olhos, está dizendo o quanto ama.

O agricultor Robson em seu sítio durante a entrevista. Créditos: Jornal Onews

O trabalho da feira orgânica nas escolas

O projeto Baruc estava concluindo seu primeiro ano com sucesso, mas ainda faltava o desafio da comercialização. Um dia entrando na escola com meu filho, surgiu a ideia- por que não aqui? Seria um conforto ter uma feira cedinho na escola. Eu mesmo normalmente saia as compras após a entrada. Eu também buscava um lugar onde pudesse não só comercializar, mas também poder contar todas as particularidades de cada produto, seus valores nutricionais e receitas práticas para consumi-los. Pode parecer estranho, mas a comercialização também é um momento de despedida. Horta se parece com filho, a gente vai cuidando, vai se alegrando a cada momento, é uma sensação de euforia, de fertilidade. Conforta o coração comercializar o produto com seu “histórico familiar”. Assim em 2005 montamos nossa primeira banca dentro de uma escola Waldorf. Foi incrível o interesse das crianças pelas estórias contadas de forma lúdica sobre o crescimento de cada planta, levava a flor da cenoura, do alho porró, flores que em geral nem os pais conheciam. Em pouco tempo conseguimos montar um projeto onde a classe do segundo ano visita o Sítio para plantar milho e feijão e depois de 4 meses retorna para fazer a colheita, com o terceiro ano plantamos trigo, um projeto lindo que se chama "do grão ao pão", as crianças plantam, colhem, moem o trigo e fazem o pão na própria escola. Nestas visitas sempre fazemos um passeio pelos canteiros mostrando pra eles as diversas culturas, os cuidados que devemos ter, o trabalho intenso empregado e o respeito que devemos ter com os alimentos. É gratificante ouvir uma mãe contando que seu filho estava lutando para pegar até o último grão de arroz do prato. "Senão ele fica triste mãe, e vai parar no lixo!!"

O impacto da pandemia de covid19 para o Sítio Baruc

O cancelamento dos eventos no Sítio e uma queda de 30% no faturamento foram os primeiros impactos, também reduzimos o trabalho para duas feiras semanais e implementamos o serviço de delivery em nossas vendas. Quanto a nossa equipe foi possível manter todos, porém com novas normas de procedimento para higienização, embalagem e principalmente nos pontos de venda. Enfim, diante de tantas notícias tristes estamos seguindo procurando evoluir com esta nova realidade, entendendo mais a importância de nossas atitudes como sociedade para manter o equilíbrio da natureza. É terrível montar nossa feira sem a presença

Equipe do jornal no sítio Baruc Créditos: Jornal Onews

dos alunos, aquela orquestra que emite muitos graves e agudos agora se transformou em um silêncio ensurdecedor, provoca muitas saudades, sinto muito a falta deles.

Os ensinamentos pós pandemia

Fico imaginando nosso planeta sem o ser humano, ele estaria em perfeita harmonia. Cada pedaço de terra é um “mundo” que é preciso observar, compreender e ao qual o homem deve se integrar, como um elemento a mais, que com sua ação vai modificar todo o conjunto anterior, pois qualquer mudança por menor que seja altera a totalidade, e por isso deve ser feita com muito respeito. Precisamos cuidar melhor da nossa casa, todos nós participamos desta enorme cadeia produtiva global, mas estamos causando desequilíbrios desde sempre. É tanta vontade de criar o que nos satisfaz que nem reparamos no preço que nos custa, a conta sempre chega não é mesmo? Esse vírus é consequência desses desequilíbrios, desmatamentos, queimadas, poluição, desigualdade social, chegou a hora de parar de varrer a sujeira embaixo do tapete.

O planejamento para o futuro

Desenvolver uma linha de produtos higienizados. Montar um curso de culinária focado em nutrientes x formas de cocção. Expansão dos pontos de venda e ser papai novamente. Seria bom saber que alguém colherá coisas que nós semeamos depois de nossa partida e as plantas continuarão, como um gesto nosso de amor.

"O ALIMENTO É A MAIOR REDE SOCIAL DO PLANETA"

Um dos objetivos da plataforma FRU.TO no Brasil é promover o diálogo em torno de todo o processo que envolve a alimentação humana. Criado e liderado pelo chef Alex Atala e pelo produtor cultural Felipe Ribenboim, com a chancela do Instituto ATÁ, a plataforma objetiva o engajamento e a mobilização para discutir a alimentação, os problemas, os desafios e as soluções para o nosso tempo e os próximos anos. Para Felipe a mensagem do FRU.TO de que o homem é o maior elo entre a natureza e a cozinha é o ponto inicial da conversa com a população. “A comida não é só a maior rede social do planeta, ela é também, a mais antiga. Desde o início dos tempos, os seres humanos se conectam através do alimento. Nós criamos narrativas, histórias, vivências, lembranças e uma relação afetiva com a comida. Por isso, ela se apresenta como o fio que conecta pessoas. O alimento carrega esse traço cultural e a identidade local, por isso ele se torna uma rede social”, explica o idealizador.

FELIPE E ALEX ATALA. IMAGEM: LEANDRO MARTINS

A seguir a entrevista completa.

Onews: Qual é a mensagem do FRU.TO?

Felipe: Uma mensagem de reorganização e resolução dos problemas que envolvem a alimentação mundial. O FRU.TO surgiu através de uma conversa do Alex comigo para fazer um evento que tivesse como lema principal o “não pregar para convertidos”, ou seja, que não fosse um evento feito por chefs para chefs. A ideia era que a gente pudesse falar sobre as questões da alimentação e tudo o que a envolve para mais pessoas e de diversas áreas. Desde o início, tivemos este norte, o de ser bem transdisciplinar e expor estes conteúdos através de várias falas. Essa foi a nossa primeira ideia e que, felizmente, conseguimos colocar em prática em janeiro de 2018.

Onews: Quais as atuais ações do FRU.TO?

Hoje o FRU.TO é um seminário anual, mas estamos estruturando uma plataforma com mais conteúdos voltados às temáticas debatidas, aos problemas atuais do dia a dia.

Nós nos colocamos como um palco centralizador para esses conteúdos. Nós levantamos pautas relevantes, juntamos discursos e temáticas selecionados durante um ano e estruturamos em grandes temas centrais que mudam a cada ano.

Onews: Quais são as imediatas conexões que devem ser fortalecidas e quais devem ser revistas no Brasil em relação ao alimento?

Eu acho que agora, principalmente, durante a pandemia, essa pergunta muda completamente de sentido. A gente precisa entender sim a magnitude de quando a gente fala de alimento e todas essas relações. O alimento não está somente em uma caixinha, como indústria alimentícia ou consumidor ou fornecedor etc. Isso se expandiu e nós entendemos o alimento como uma fonte de saúde, como fonte de cultura, geração de renda, geração de conhecimento, de empoderamento. Existem várias análises e camadas de análises sobre o alimento. Isso foi algo que está sendo revisto e principalmente neste cenário de pandemia, as pessoas estão sendo mais generosas em relação ao alimento, existem mais doações, mais redes de conexão em torno do alimento. Ao mesmo tempo, as pessoas também entenderam que esse é um papel importantíssimo na vida, que nós só saímos de casa para ter acesso ao alimento, é uma questão de segurança alimentar e nutricional para todos. Mas essa é uma visão para o cenário atual, na pandemia. A gente entende a nossa relação direta entre mudanças climáticas, o meio ambiente e o alimento. Estão sendo as principais fontes de discussões, de avanço do agronegócio, de um modelo antigo de economia, que prioriza muito mais o agronegócio tradicional a inovações e outras técnicas.

Onews: A que se refere o documento “10 Sementes” e quando ele foi criado?

O documento foi criado no último dia do primeiro seminário, em 2018, pelo jornalista ambiental e ganhador do prêmio Jabuti, Cláudio Ângelo. O “10 sementes” compila, a partir da visão dele, dez pontos que foram comuns e marcaram a fala em diversas palestras durante o seminário. Estas sementes são nortes, eixos da discussão, desde questões importantes de valorização, como a mudança climática, a nossa relação com o produtor, os oceanos. São pontos que foram comentados por mais de dois palestrantes e se tornaram pontos importantes para ser debatidos ao longo do ano.

Onews: Durante o seminário de 2019, outros dois documentos foram construídos. A que se refere cada um deles e qual é o atual engajamento da população brasileira a respeito destes temas?

O “Raízes” foi um documento que reuniu resultados dos diálogos que a gente abriu porta neste ano. A Cristal Muniz (Desperdício), a Erica Araium (Educação) e o Luiz Américo (Políticas Públicas) foram os mediadores destes diálogos e elencaram pontos levantados nas discussões e que poderiam ser levados mais a fundo. Ou seja, quando a gente discutir sobre o desperdício, até onde vamos falar sobre educação do desperdício, até onde fica a nossa relação com os órgãos públicos e como fomentar isso ao longo do ano para não morrer ali. O maior papel do FRU.TO é dar luz e colocar estas pautas importantes para serem discutidas, talvez até com certo ineditismo de trazer para a discussão vozes que não são ouvidas ou consideradas. A nossa ideia é que a nossa linguagem não seja acadêmica, não seja para acadêmicos. Mas que isso possa ser conversado entre todos, para que as pessoas tenham uma consciência de que isso acontece, de que isso é um problema, mas que existem soluções.

DIÁLOGO POLÍTICAS PÚBLICAS. IMAGEM: RICARDO D´ANGELO

Sincronia do Alimento

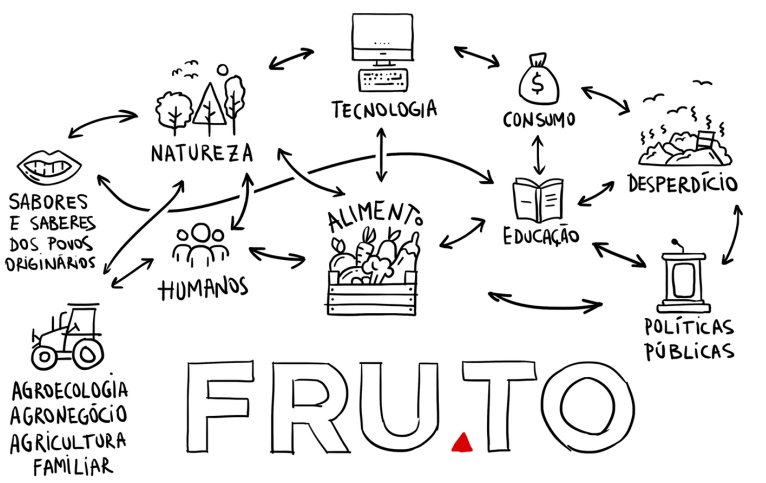


ILUSTRAÇÃO RAFAEL MANTESSO

Onews: Como podemos promover o impacto necessário e a transformação coletiva através das crianças e adolescentes com acesso à educação? Qual o papel dos pais e educadores neste processo?
É importantíssimo. A educação alimentar é algo que nós trazemos desde a primeira edição do FRU.TO. É uma das chaves para mudar e alterar qualquer cenário que a gente encontre hoje. A educação tem que levantar pontos como o acesso aos produtos, porque hoje temos uma gama maior deles. Temos acesso a produtos que não são autóctones (nativos) de cada região ou do Brasil inteiro e, muitas vezes, valorizamos muitos produtos que vêm de fora do país, mas não valorizamos o que é nosso. A questão do desperdício também passa pela questão da educação alimentar e de conscientização. Há perdas em várias partes da cadeia, mas principalmente na geladeira. Isso vem a partir de uma construção de educação alimentar realizada desde a primeira infância. Lá é onde acontece o primeiro contato com os alimentos e quando acontece a construção do gosto, da preferência por determinados ingredientes.
Saber que a criança pode gostar ou não, mas que ela deve ter uma introdução correta. Se os pais vêm com a ideia de "o meu filho não come brócolis" e fala isso na frente da criança, ela vai reproduzir que não gosta e que isso é legal. Por isso, é necessário que aconteça uma revisão de todos esses conceitos. É na primeira infância que construímos o corpo e o cérebro, por isso, precisamos ter uma diversidade maior de ingredientes e abrir os horizontes para os alimentos. Isso tudo tem que passar pela escola e, principalmente, em casa. Não existe um papel de "alguém" estar na cozinha. Todos devem estar na cozinha, todos devem sair às compras, à feira. É assim que temos o contato com os alimentos, o acesso às culturas e histórias que o alimento em si traz, inclusive com receitas de famílias. Além de tudo, o alimento tem as características para um conhecimento plural, ele tem níveis de interação. Por isso, podemos usá-lo como exemplo em várias questões que, não necessariamente, se referem diretamente ao alimento. Por exemplo, as expansões territoriais se dão por novas conquistas de produtos, territórios e comércios. Podemos explicar botânica e biologia pelo que a terra oferece, que o bioma oferece, por que não usando alimentos e receitas? O alimento deveria ser transversal na academia, nas escolas. A partir disso, somos introduzidos com mais facilidade à nossa cultura alimentar.

O CHEF E EMPRESÁRIO ALEX ATALA DURANTE O SEMINÁRIO FRUTO. IMAGEM: LEANDRO MARTINS

"Compartilhando novas ideias, diferentes perspectivas e experiências reais, o FRU.TO se propõe a ser embrião de um novo olhar para o alimento. Comida é cultura. Comida é uma poderosa ferramenta de transformação. Comida é a maior rede social do planeta. Vamos agir!"

Alex Atala e Felipe Ribenboim

DIÁLOGO DESPERDÍCIO FRU.TO. CRÉDITO LEANDRO MARTINS

Onews: Quais seriam as formas mais eficazes de conscientizar o brasileiro para a prática da cidadania "alimentar" e ambiental?
A ideia é que a gente construa – e estamos em vias de construir – um material para que chegue para todos. O objetivo do FRU.TO sempre foi construir uma plataforma onde todos esses conteúdos tivessem o maior acesso possível. Por isso, o acesso ao seminário e suas palestras são gratuitos, disponíveis no site em três línguas, com legendas em português, inglês e espanhol. Agora, nós estamos entendendo que a linguagem precisa ser diferenciada quanto ao conteúdo didático. A própria sincronia do alimento em um formato ilustrado é uma forma de cada um interpretar e fazer com a sua própria linguagem. O mais importante é sempre dar voz e não ter uma leitura de alguém de fora que não está introduzido. Nós trazemos ao FRU.TO integrantes da cadeia, do elo do alimento, para que eles tenham a sua voz e o seu espaço para poder falar. Nós enxergamos a necessidade de nos aproximar de todas as realidades, pelas vozes deles e não de terceiros. Precisamos discutir as formas de fazer isso e repensar essas relações. Existem muitas coisas que fazemos no modo automático. A gente precisa repensar isso, praticar e estar aberto à novas e boas práticas no cotidiano. A gente tem isso na feira e em casa, ao ver o desperdício de alimentos. O nosso papel, enquanto cidadãos, é tentar reduzir, tentar mitigar essas questões que estão na nossa frente e que preferimos, por muitas vezes, não enfrentar. Quais ações podemos fazer e que estão próximas e ligadas à questão alimentar e ambiental que possam trazer mais benefícios de maneira individual. Não é uma regra, mas cada um vai entender a sua maneira de fazer. O eficaz nesse sentido é entender o que é válido para cada um. Essa é uma das raízes do FRU.TO: as soluções devem ser próprias. Apesar de serem problemas globais, a maneira como cada um lida com isso deve ser própria e adaptada à sua realidade.
Onews: Quais foram as dificuldades encontradas pelo FRUTO desde o seu nascimento? Existiram ou existem limitações?
Existem dificuldades, porque o FRU.TO não se constrói sozinho. São longos meses de pesquisa e trabalho para a realização de cada seminário. Todos os anos, abordamos diferentes temas sob diferentes perspectivas e tentamos trazer pessoas de todo o mundo com visões plurais. Para isso acontecer, precisamos de parceiros que apoiem o seminário financeiramente. E essa é uma dificuldade que sempre enfrentamos: a associação de marcas que sustentem os pontos levantados pelo FRU.TO. Nós precisamos ser fiéis ao que acreditamos. Por isso, muitas vezes, criticamos grandes marcas e corporações que têm um papel importantíssimo na cadeia do alimento, com processos que precisam ser revistos. Então, a nossa maior dificuldade é identificar quais serão os patrocinadores de cada uma das edições. Quais marcas gostariam de se associar e que fossem coerentes com os nossos princípios.

"Vamos investir no amanhã. Investir no amanhã começa na educação de hoje. A educação alimentar vai ser determinante para a construção de um novo país."
Alex Atala

Onews: Qual está sendo o impacto da Pandemia mundial de Covid 19 para os diálogos do FRU.TO e quais são os planos para 2021?
Um dos principais temas do FRU.TO sempre foi o alimento. Durante o período de pandemia, nós percebemos uma nova relação das pessoas com o alimento. Uma parte das pessoas entende que o alimento é gerador de saúde e isso já resultou em uma onda de doações. Sobre a edição de 2021, nós ainda estamos em fase de planejamento. Por isso, ainda não podemos dar spoilers sobre os temas abordados ou sobre o formato.
Onews: Quais são os objetivos do FRU.TO pelos próximos dez anos?
Nós esperamos que, pelos próximos dez anos, a gente possa continuar alcançando mais público, mais temas relevantes com mais vozes que não têm espaço para discussões. Mas é difícil falar do futuro porque não sabemos quais serão os problemas dele, se continuarão os

FELIPE RIBENBOIM IMAGEM: REINALDO CANATO

mesmos ou se serão menores ou maiores. A ideia é que a gente continue abrindo espaço para a conscientização.
O Brasil sempre foi celeiro de grandes questões em torno do alimento. Desde grandes navegações,
especiarias, açúcar, café, o cacau. Não só de ingredientes, mas de técnicas que surgiram e que vêm a partir do nosso território. Um dos grandes nomes que trouxemos pro FRU.TO, desde a primeira edição, é o Ernst Götsch que trouxe novas possibilidades em relação ao plantio, ao sistema agroflorestal. A gente vê que o Brasil já está avançando nesse sentido e que grandes nomes saem daqui para o mundo. Ao mesmo tempo, a gente também vê retrocessos, principalmente em relação ao agronegócio e à Amazônia, agrotóxicos em geral. Na balança, temos pontos positivos e negativos. Esperamos que o futuro traga um bem coletivo e um bem maior, com saúde, bem estar e o meio ambiente protegido.

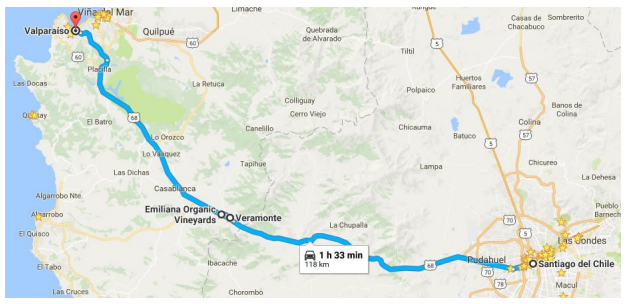
VINÍCOLA EMILIANA NO CHILE, UMA VIAGEM EXCLUSIVA ÀS ORIGENS SUSTENTÁVEIS DO VINHO ORGÂNICO

Por Kátia Bagnarelli

VISTA DA FAZENDA EMILIANA NO CHILE
IMAGEM: ARQUIVO EMILIANA

Para quem procura um destino impactante e acolhedor, a maior vinícola orgânica do mundo, no Chile se torna atraente candidata. Localizada no Vale de Casablanca, entre as cidades de Santiago e Valparaíso é possível se encantar com Emiliana. O projeto orgânico ***Vinícola Emiliana*** nasceu em 1998, depois que os irmãos Jose e Rafael Guilisasti perceberam que o mundo estava mudando e que as pessoas estavam cada vez mais preocupadas com o que consumiam, como e onde suas comidas eram feitas.

Antes de se tornar orgânica, a Emiliana, fundada em 1986, foi um vinhedo em nada diferente dos demais tradicionais que conhecemos. O compromisso da Vinícola Orgânica não é só com a produção de vinhos biológicos, mas também com a promoção da agricultura biológica como forma de produção e de vida mais sustentáveis.



LOCALIZAÇÃO DA VINÍCOLA EMILIANA EM TRAJETO DE CARRO

A Emiliana é líder mundial nas exportações de vinhos orgânicos ultrapassando os US$ 30 milhões. Presente em mais de 65 países entre Europa, América do Norte, Ásia e América Latina, onde o Brasil é o mercado mais importante em termos de volume e para o qual as exportações têm crescido continuamente nos últimos anos devido ao crescente interesse dos consumidores em busca de mais produtos saudáveis e responsáveis com o meio ambiente, garantindo a qualidade. As marcas mais conhecidas da Vinícola ao redor do mundo são Adobe, Novas e Coyam.

O jornal ***Onews*** visitou a fazenda Emiliana e conversou com Alejandro Smith, gerente de exportação para a América Latina, a seguir a entrevista na íntegra.

ENTRADA DA SEDE DA FAZENDA EMILIANA, NO CHILE.
IMAGEM: KÁTIA BAGNARELLI

Onews: Quais são as etapas do processo orgânico e biodinâmico do vinho?

Alejandro **-** O processo de produção dos nossos vinhos começa nos nossos solos, depois nas vinhas e nas suas uvas e, finalmente, nas nossas caves (adegas). O cuidado e a saúde do solo são fundamentais na produção orgânica, o solo é a base do desenvolvimento das vinhas e por isso deve ser alimentado e cuidado. Alimentamos o solo principalmente com composto ativado com preparações biodinâmicas e também utilizamos esse composto entre as vinhas para fornecer nitrogênio e atrair insetos benéficos. O trabalho no solo reflete-se em vinhas saudáveis, que todos os anos se fortalecem durante o inverno, começam a crescer na primavera para produzir as suas uvas durante o verão. Nestes meses é fundamental cuidar do ataque de pragas e doenças, para as quais como práticas orgânicas e biodinâmicas promovemos a biodiversidade nas nossas vinhas de tal forma que o primeiro controle sejam outros insetos ou microrganismos. Caso os problemas persistam utilizamos insumos orgânicos, de origem natural, autorizados pela regulamentação orgânica. Por fim, fazemos a colheita das nossas uvas que são levadas para as adegas onde os enólogos elaboram os vinhos sob o princípio da intervenção mínima e nos casos em que é necessária a utilização de insumos, estes também são de origem natural e cumprem as normas biológicas.

IMAGEM: EMILIANA

Onews: O que é a gestão sustentável da vinha?
Consideramos todos os aspectos ambientais e sociais ligados à produção dos nossos vinhos, desde as condições dignas dos nossos trabalhadores, as técnicas de produção e o impacto no ambiente, ao tipo de garrafa que usamos para nossos produtos. Todas as unidades da Emiliana atuam buscando minimizar os impactos de nossas operações e buscando gerar resultados positivos tanto para os colaboradores quanto para as comunidades do entorno e para nós.

Onews: O que é gerenciamento de resíduos líquidos?
As águas residuais das adegas são tratadas de acordo com a regulamentação nacional e são reutilizadas na rega das nossas vinhas.

Onews: Como é o uso eficiente da energia na vinha?
O principal foco de consumo de energia estão em nossas vinícolas e diferentes medidas de eficiência foram implementadas nelas. Desde a modernização de equipamentos para controle de temperatura durante as fermentações, isolamento de edifícios, substituição de iluminação, adega de barricas por sistema de refrigeração noturna, entre outras medidas.

Onews: Como é o processo de gerenciamento de resíduos sólidos?
100% dos resíduos orgânicos das adegas são compostados e reaproveitados nas nossas vinhas, trabalhando-se fortemente na economia circular dentro da empresa. O restante dos resíduos é separado e classificado de acordo com a possibilidade de reciclagem em aliança com empresas recicladoras.

Onews: O processo de embalagem é ecologicamente correto?
Nós contamos com uma estrutura com o que há de mais moderno em tecnologia e sustentabilidade. Nossas garrafas são **ecoglass**, o que significa que são mais leves que as tradicionais, usam menos material e geram menos emissões de CO_2 no transporte. Com relação ao papel e papelão,

A SINCRONIA EM CADA UMA DAS PARTES QUE COMPÕE OS VINHEDOS ORGÂNICOS E BIODINÂMICOS DA MAIOR VINÍCOLA ORGÂNICA DO MUNDO

1 As galinhas desempenham um papel fundamental no controle de pragas na agricultura orgânica.

2 Em cada um dos vinhedos há uma horta orgânica, que faz parte do programa Responsabilidade Social, que busca capacitar os trabalhadores no desenvolvimento e cultivo de hortaliças voltadas para o consumo familiar.

3 Nos vinhedos há viveiros de árvores e flores nativas que vêm do mesmo campo. Reproduzem árvores e plantas a fim de melhorar a biodiversidade. Algumas das plantas são destinadas a corredores biológicos, enquanto outras fazem parte das preparações biodinâmicas.

4 Em Emiliana, alpacas, cavalos, vacas, pássaros, galinhas, peixes vermelhos, gansos, etc. vivem juntos. Todos eles desempenham uma função fundamental dentro do vinhedo.

5 A biodiversidade da flora nativa é um princípio fundamental dentro da filosofia de Emiliana. É assim que através dos viveiros localizados em cada campo, buscam melhorar o desenvolvimento e o cultivo de plantas nativas.

6 As preparações biodinâmicas desempenham o papel fundamental de energizar e vitalizar a Terra. Elas contêm energia concentrada e são usadas para classificar os elementos que compõem o composto. Em cada vinhedo de Emiliana há um setor para o cultivo de plantas que são então adicionadas a essas preparações naturais.

7 Eficiência energética e mudanças climáticas são questões prioritárias, que têm sido tratadas de forma consistente nos vinhedos com o objetivo de reduzir as emissões de carbono, minimizar o impacto sobre os ecossistemas, reduzir a degradação do solo, alcançar um uso mais eficiente da energia e promover a integração das espécies nativas nos campos. Emiliana aplica diferentes práticas "verdes" que beneficiam tanto o meio ambiente quanto a comunidade.

14 Uma vez realizada a colheita, as uvas são transferidas para vinícolas, vivenciando várias etapas, como recepção de videiras, fermentação de lagoas e guarda. Nessas etapas, o corpo e a textura dos vinhos são definidos. A mais alta tecnologia e infraestrutura, juntamente com o comprometimento da equipe, permitem alcançar processos de alta qualidade que dão origem aos vinhos de excelência.

15 Em cada vinhedo há culturas especiais, chamadas de "coberturas", que são colocadas entre as plantas para evitar a erosão e melhorar a fertilidade do solo. As mais distintas são as fileiras de gramíneas que naturalmente trazem nitrogênio e nutrientes para o solo. Há também fileiras de flores, que fazem parte de práticas orgânicas, que buscam atrair insetos e, assim, impedi-los de atacar videiras.

8 As plantas são expostas e moldadas por forças que vêm tanto das profundezas da terra quanto das alturas dos céus. A luz do sol, da lua e dos planetas tem ciclos e ritmos regulares. Cada um desses ciclos afeta a vida das plantas de forma diferente e especificamente contribuindo para seu crescimento e desenvolvimento. Ao compreender esses ciclos e suas influências, podemos programar as diferentes atividades e trabalhos agrícolas através do Calendário Biodinâmico e, assim, obter maior qualidade no produto cultivado.

9 Fileiras de oliveiras nas margens das estradas que ajudam a capturar poeira. A colheita das azeitonas é então transformada em azeite. Isso faz parte do programa de Responsabilidade Social que apoia a formação de microempresas entre os trabalhadores. Outro exemplo é o mel, que é coletado de favos de mel localizados nos vinhedos, e depois processado como produto final. Tanto os azeites quanto os óleos de mel são vendidos na loja localizada no vinhedo Casablanca; e são os trabalhadores que recebem o benefício desta venda.

10 Um dos elementos mais importantes na agricultura orgânica, tendo em vista que neste tipo de agricultura não é permitido o uso de fertilizantes sintéticos, é o adubo orgânico. A boa qualidade do composto torna-se elemento fundamental na nutrição e fertilização do solo.

11 Os corredores biológicos são compostos por árvores, plantas e flores que, sendo originais do local, são naturalmente resistentes às condições climáticas e hídricas. O objetivo geral desses corredores é aumentar a biodiversidade, tanto em termos de vegetação, como de insetos benéficos, aves, etc.

12 Porões subterrâneos onde armazenam os preparativos em condições especiais de luz e temperatura.
Na agricultura biodinâmica há nove preparações (numeradas de 500 a 508). Cada uma delas está relacionada a elementos minerais e é influenciada por constelações, ciclos solares e lunares.
Uma vez prontos, esses preparativos são transferidos para a terra, dando-lhe a força e energia necessárias para vitalizar tanto o composto quanto as plantas.

13 O compromisso com os trabalhadores é essencial. São eles que possibilitam, dia a dia, que este projeto, único no Chile, atenda aos mais altos padrões de qualidade, que finalmente se refletem nos vinhos que compartilham com os consumidores.

é priorizado o uso de material reciclado e sem o uso de tintas ou materiais tóxicos e que possuam certificados de sustentabilidade.

GARRAFAS SUSTENTÁVEIS ECOGLASS IMAGEM: EMILIANA

Onews: No que consiste o programa de trabalho comunitário incluindo hortas orgânicas intensivas e plantações comunitárias dentro da Fazenda?
Oferecemos aos nossos colaboradores e comunidades próximas a opção de produzir hortaliças de forma orgânica para que possam consumi-las em sua alimentação diária.
Onews: Como funciona o programa de treinamento e bolsa de estudos da comunidade?
Promovemos o desenvolvimento das famílias de nossos colaboradores por meio da oportunidade de bolsas de estudos superiores. Para isso, os trabalhadores mais vulneráveis e seus familiares são priorizados para bolsas de estudo e acompanhados no processo de candidatura para que primeiro sejam aceitos para estudar e depois apoiemos financeiramente seus estudos.
Onews: O que são os programas habitacionais?
Como empresa, possuímos a certificação Fair Trade, o que significa que cumprimos elevados padrões no que diz respeito às condições de trabalho dos nossos colaboradores e também os consumidores financiam atividades para melhorar essa qualidade de vida. O programa habitacional, em particular, ajuda a melhorar as casas dos trabalhadores, fornecendo materiais à medida que contribuem com a mão-de-obra para fazer o trabalho.

Onews: Como foi 2019 para Emiliana e quais são os impactos da pandemia de Covid19 para o segmento?
O ano de 2019 foi um bom ano para a Emiliana. Em 2020 independentemente da situação que vivemos no mundo devido à Covid-19, vemos que as nossas exportações continuam a aumentar e que o interesse pelos nossos vinhos aumentou ainda mais pelos consumidores. Um exemplo disso é o mercado brasileiro onde neste 2020 aumentamos as exportações em 20% em relação à mesma data em 2019. Acreditamos que tudo o que está acontecendo pela Covid-19 fará com que muitas pessoas ao redor do mundo reflitam sobre o estilo de vida que levavam antes do vírus e passem a preferir produtos como os nossos, adquirindo um compromisso maior com o cuidado com o meio ambiente. Acreditamos firmemente que o futuro será orgânico e normal. Neste segmento queremos continuar liderando e incentivando as pessoas a preferirem esse tipo de produto.
Onews: Quais são os planos e desafios da Emiliana para 2021?
Porque acreditamos no orgânico e nos benefícios sociais e ambientais e na qualidade que confere aos nossos vinhos, continuaremos a divulgar a mensagem biológica em todo o mundo através dos nossos vinhos. Depois do que foi 2020, será ainda mais forte, pois também acreditamos que práticas sustentáveis, como no nosso caso é a agricultura orgânica, são as ações de que o planeta precisa.

" Por causa da pandemia continuamos fechados ao público e assim continuaremos até que voltemos a sentir que é totalmente seguro para os nossos visitantes estarem na vinha. A ideia é que, quando nos visitarem, fiquem calmos, relaxados e possam desfrutar ao máximo da experiência que oferecemos."

Se eu pudesse me comunicar com todos os brasileiros ao mesmo tempo, gostaria de agradecê-los pelo amor e confiança que depositam em nossas marcas. Sem dúvida, existe uma ligação especial entre o consumidor brasileiro e a Emiliana, o que nos ajudou a liderar o segmento de vinhos orgânicos no Brasil, que hoje é o nosso maior mercado na América Latina. Além disso, gostaria de convidar todos a nos visitarem para que vivam em primeira mão o que procuramos transmitir através dos nossos vinhos. Por fim, gostaria de aproveitar a oportunidade para deixar uma mensagem que representa o que acreditamos na Emiliana:
Na Emiliana não só acreditamos que a agricultura orgânica e biodinâmica é a melhor forma de fazer vinhos, mas temos a certeza de que é um estilo de vida que nos ajuda a projetar um futuro com respeito e sabedoria. Somos orgânicos por convicção, ideologia e amor. Porque, para nós, ser orgânico significa cuidar da natureza, proteger o meio ambiente e valorizar as pessoas que permitem que os nossos vinhos cheguem às taças de quem nos prefere. Somos orgânicos porque entendemos que, cuidando da terra e de seus frutos, a natureza pode se expressar de forma mais autêntica e única. E quando a natureza se expressa, move o mundo, desperta paixões, provoca mudanças, abre caminhos para que possamos dar os primeiros passos, inspira-nos e cria obras irrepetíveis. Por isso, seguiremos avançando, inovando e trabalhando com paixão todos os dias com a convicção de que o futuro é orgânico.

A MULHER CRIATIVA QUE TRANSFORMOU EM ARTE SUSTENTÁVEL A CENOGRAFIA DA TELEVISÃO ABERTA NO BRASIL,

num período crítico para a saúde e para a economia no Brasil devido a pandemia mundial de Covid19. O jornal foi ao encontro da poesia criativa sustentável de Luciana Dias, diretora de criação do Grupo Bandeirantes de Comunicação. Poesia esta retratada nos cenários dos programas de televisão exibidos em rede para todo o Brasil. Acompanhe a seguir a entrevista exclusiva.

Onews: Luciana, você se recorda do momento em que compreendeu a si mesma e suas atitudes diárias como parte importante e significativa dos reflexos na natureza e no meio ambiente a sua volta? Conte-nos sobre isso.
Lu Dias: Desde os três anos de idade, fui guiada a esse olhar pelos meus pais, acho que começou quando pedimos, eu e meu irmão, um cachorro, e meu pai nos levou a um abrigo de cães que seriam sacrificados para adotarmos um, ao invés de comprarmos numa feira de animais. Nossa!! Isso foi na década de 70. Acho que foi uma linda forma de nos ensinar que nada é descartável. Sigo adotando bichos até hoje, e adotando madeiras, materiais variados que podem e devem ser reutilizados.
Onews: O que o processo criativo no Brasil tem a ver com Sustentabilidade?
Temos a sorte de ter muitos artistas conscientes, mas ainda muito aquém do ideal para gerar impacto de volumes.
Onews: A natureza influencia em seu processo diário de criação?
Sim, de todas as formas, sempre tive um olhar especial para as melhores obras do Universo, criadas pelo CRIADOR - DEUS PAI, observo sempre as curvas como aprendi com Oscar Niemeyer e Francisco Brennand, e as incorporo em meus cenários e Concepts. Busco marcá-las para quebrar a rigidez e trazer leveza, bossa e ritmo à estruturas que poderiam apenas ser rígidas e parecer frias.
Onews: Você e sua equipe reconstruíram a história cenográfica de um dos mais importantes programas da televisão aberta de forma totalmente sustentável? Onde iniciaram esse processo e como foi?
Na verdade desde que assumi a Cenografia, venho implantando com eles a cada projeto a sustentabilidade e o reuso. Parto da premissa de que não existe jogar nada fora, não existe fora no planeta, temos que coabitar, reciclar, reintegrar, nos reinventar. E desde o primeiro cenário que assinei na emissora, a reforma do programa *Melhor da Tarde*, comecei a colocar em prática essa marca, que seguiu para o *Jogo Aberto, Brasil Urgente, Canal Terra Viva* e em todos os demais.
Onews: Dentro do *Grupo Bandeirantes* quem se envolveu com este processo e qual foi o impacto nos envolvidos?
Basicamente minha linda equipe da Cenografia, composta por arquitetos, ceno-técnicos, maquinistas, tapeceiros, pintores de arte, marceneiros, todos do nosso maravilhoso galpão, e o pessoal de compras, que ama quando reciclamos e economizamos também. Meus colegas diretores estranharam bastante no começo, mas tive apoio do meu VP André Aguera e do nosso presidente Johnny Saad. Hoje acredito que todos já assimilaram esse caminho nos meus projetos.

Onews: *Quais foram as diferenças relevantes para você e sua equipe deste processo de cenografia sustentável em relação aos anteriores?*
Acredito que dividir a preocupação em não desperdiçar, em cuidar também do nosso caixa, da nossa empresa como se fosse a nossa casa, deixou todos animados e muito envolvidos em todas as etapas. Para todos nós, é um super

LUCIANA DIAS , CRÉDITO DA IMAGEM: ARQUIVO PESSOAL

motivo de orgulho e espero que seja o meu legado. Bem diferente das gestões e custos anteriores à mim.
Onews: Qual é o impacto para o telespectador cidadão comum quando em contato com a história cenográfica do Jogo Aberto?
No começo, recebemos o mesmo número de criticas que elogios, foi engraçado e tenso. Mas Renata Fan foi incrível na apresentação do conceito, ela o abraçou desde que apresentei e com o passar do tempo acredito que tenha sido incorporado pelos telespectadores que a amam também.

Apresentadora renata fan no cenário sustentável de seu programa "jogo aberto " na Band

Onews: Quais os impactos nos apresentadores e produção do programa?
Gosto de ouvi-los e envolvê-los no processo, afinal o cenário de cada programa funciona como uma extensão da sua própria casa, eles precisam gostar e estar confortáveis.
Onews: Você acredita que o programa possa ser influenciador positivo na mudança de comportamento do telespectador em relação a sustentabilidade?
Sim. Os veículos de comunicação podem ser educadores e conscientizadores importantes nesse sentido, apenas precisamos vencer a barreira do preconceito, gerado pelo estranhamento das frases, reuso, reciclável, sustentável. Que vem apenas da falta de contato com o significado e importância.
Onews: A arte pode educar? Quando e onde?
Claro, a arte educa, inspira, motiva, eleva, faz a criatividade aflorar. É só olhar a importância do cinema nas nossas vidas, histórias em quadrinhos, livros, teatro, musicais, personagens, quadros, existe arte em tudo, basta olhar. E é ela que dá sentido e embalagem à vida.
Ela nos educa sobretudo a termos mais poesia no cotidiano. Ela salta aos olhos numa galeria, num museu, no grafite, nos muros, está em todos os lugares, é um idioma, um jeito de se comunicar.

Onews: Quais são os desafios que enfrenta em relação a ampliar a aplicação da cenografia sustentável para todos os outros estúdios?
Estamos fazendo isso projeto a projeto!!! O desafio maior nesse momento é ter materiais prontos para reuso no nosso galpão.

Onews: Em qual estado e cidade você nasceu?
Nasci no Paraná mas cresci no Nordeste. Como morei em muitos lugares no Brasil e fora, estudei em muitos deles, mas certamente aprendi em todos. Talvez a lembrança mais importante é que sempre soube que as plantas, pedras, animais e vegetais tinham coração, um pulsar, alma e sentimentos. Então sempre que olhava uma árvore bonita, ainda pequena saia correndo para abraçá-la. Desde muito cedo soube que queria trabalhar com cinema, arte e televisão. E passei os últimos 32 anos trabalhando, estudando, acertando e errando muitas formas desse processo que se une e reúne ao compor o que hoje se traduz no NACBR/ Núcleo de Arte e Criação do Grupo Bandeirantes, composto pela Cenografia física e virtual, Computação Gráfica, House, Mídias Sociais, Figurino, Maquiagem, Videografismo. Foi muito difícil na verdade ser mulher, muito nova e ingressar no mundo audiovisual na década de 80. Tenho muito orgulho da minha trajetória, de ter meu DRT de Diretora Cinematográfica, datado de 1994. De ter aprendido muitas formas de como não fazer televisão e de estar sempre em busca de acertar o "como fazer" da melhor forma e com o melhor propósito e melhores seres humanos ao meu lado também. Sou ainda muito apaixonada pelo meu trabalho. Começo muito cedo, acordo às 6 da manhã. Trabalho Home Office até umas 10, e vou para a emissora. Chego passando pela marcenaria, sigo para os estúdios, em seguida tenho muitas reuniões diárias, porque atendemos a todos os veículos do Grupo e muitas áreas também. Falo com meus coordenadores e gerentes muitas vezes todos os dias e delego a eles seus departamentos, na execução pós direcionada. Alguns departamentos recebem mais minha presença e participação que outros, de acordo com as necessidades e projetos.

Cenário sustentável do programa "Jogo Aberto" em construção

Saio as 20 horas da TV e continuo trabalhando até perto da meia noite todos os dias, acho que passa um pouco de 12 horas por dia, né?

Onews: Você se alimenta com produtos orgânicos? Com qual frequência?

Sim, compro basicamente produtos orgânicos e de pequenos produtores quando vou pra Cunha. Uma frequência regular eu diria.

Onews: Você acredita que a saúde do corpo reflete a saúde da mente criativa? Por quê e como?

Sim, está tudo interligado, a saúde do corpo reflete no nosso equilíbrio e facilita os processos criativos obviamente. E o contrário também, adoecemos o corpo quando não cuidamos da alimentação, hábitos, pensares, fazeres e sentimentos.

Onews: O que uma pandemia mundial como a que estamos vivendo neste momento pode trazer de aprendizado para o processo criativo atual em relação a percepção do meio ambiente? Isto é nitidamente notado por todos?

Essa pandemia nos fez acelerar processos evolucionais, criar novas formas de nos comunicarmos uns com os outros, ao mesmo tempo que nos deu espaço e tempo para olhar para dentro e para o que realmente importa. Acho que aprendemos a viver com menos, menos pressa, menos compras, menos supérfluos, e mais qualidade também. Ela (a pandemia) me ensinou a sentir os sinais novamente, mas não sei se para muitos.

Lu Dias no estúdio da TV Band Imagem de arquivo pessoal

"A arte de nos reinventarmos passa pela arte de reciclar. Tanto materiais, produtos, utensílios, como pensamentos, formas, fórmulas, fazeres. Eu acredito que valorizar o que é genuíno e único, é o que deve fazer parte do novo normal. Que fazer mais com menos é para quem sabe valorizar plantas, animais, seus pais, filhos, primos, descendentes e ancestrais. Que precisamos cultivar nossa plantas, assim como sementeiras, amizades, leitura e tudo o mais. Que reciclar algo em si é uma das mais belas artes dos tempos atuais. Seja uma roupa, uma peça, escultura, cenário, casa, um lar ou mesmo um RECOMEÇAR. Economizar onde se pode e investir no que trará algo de bom para tantos outros. Essa é a grande arte na qual quero me inspirar! Bora? Vamos assim nos cuidar mais ? Cuidando de tudo, cuidaremos de muitos mais, todos."

Lu Dias, NACBR Grupo Bandeirantes de comunicação

"ACHAZ NO SÍTIO DA BANANA VERDE"
CLUBE DO LIVRO ONEWS

Achaz, um garoto curioso e divertido nos leva numa descoberta sobre os superpoderes da - biomassa de banana verde - nossa amiga Bia Banana, numa história divertida com receitas deliciosas.

Autores: ***Chef Renato Caleffi e Alexandre Carvalho***
Ilustração de ***Romont Willy***
Editora: ***Viajante do Tempo***
Para aproveitar a leitura em família!

HORTA ORGÂNICA CASEIRA NA PANDEMIA, É AGRICULTURA URBANA

O processo de plantio de hortaliças e temperos em casa, em pequenos recipientes é muito simples. Pequenos recipientes são aqueles com capacidade de até dois litros de solo. Para as pessoas que não tem espaço suficiente em casa para fazer um canteiro de chão, jardineiras de apartamento ou vasos pequenos são práticos e os mais utilizados. O cultivo poderá ser realizado em corredores externos, sacadas e beirais de apartamentos, varandas, janelas, terraços e garagens. É importante que no ambiente chegue a luz do sol ainda que não diretamente.

Etapa 1 - Prepare o recipiente certificando-se de que ele tem furos na parte inferior, para o escoamento da água.

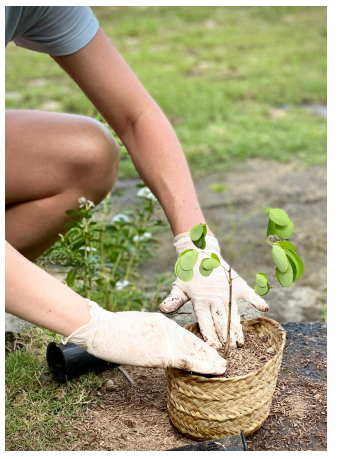
Etapa 2 - Adicione substrato de cultivo ou terra fértil comprada em supermercados.

Etapa 3 - Com uma tesoura corte o plástico da muda e retire-a com cuidado. Se forem sementes abra o saquinho delicadamente.

Etapa 4 - Coloque a planta ou as sementes na terra e cubra com substrato, garantindo que a planta fique bem firme.

Etapa 5 - Por fim, molhe a planta para facilitar seu enraizamento.

COMPOSTAGEM COM AS CRIANÇAS NA PANDEMIA



CRÉDITO DAS IMAGENS: LAIS PONTES

É através da compostagem que reciclamos o nosso lixo orgânico e preparamos adubo e fertilizante para as nossas plantas. O processo de compostagem é muito fácil e as crianças adoram porque entram em contato com as minhocas que são as responsáveis pela decomposição e com o adubo da cor de terra escura fruto dos restinhos dos alimentos frescos que nós não consumimos no preparo das refeições e que, após decompostos pelas minhocas estão prontos para o uso. Apesar de simples o processo exige o respeito a algumas regras como o que pode e o que não pode ser colocado na composteira. Para montar uma composteira você precisará de um kit de compostagem contendo minhocas e serragem e uma caixa composteira ou um balde decorado por você mesmo(a).

PODE:

frutas cruas, legumes crus, verduras cruas, grãos e sementes, borra e filtro de café, cascas de ovos, sachê de chá sem etiqueta e erva chimarrão;

PODE COM MODERAÇÃO:

frutas cítricas, limão, alimentos cozidos, guardanapos e papel toalha, óleos e gorduras, flores e ervas medicinais e aromáticas, papelão sem plástico, químicas e tintas;

NÃO PODE:

carnes, fezes de animais, papel higiênico usado;

Escolha um local seco, arejado, coberto e sem luz do sol direta. Pode ser na garagem ou na sacada, por exemplo. Monte sua caixa composteira ou balde composteira. Precisará de tampas para ambos. Forre a caixa com um kit minhocas, você encontra em lojas de jardinagem. Tenha sempre um baldinho de lixo orgânico em cima da pia da cozinha para facilitar e juntar o lixo que irá para a composteira. Ao levar o lixo para a composteira cubra sempre com serragem sem que quaisquer alimentos fiquem a mostra. Essa etapa é muito importante para evitar que outros insetos ou mosquitos se aproximem da sua composteira.

Em aproximadamente 60 dias do início do processo o seu primeiro adubo já estará pronto. Divida a tarefa de separar o adubo pronto com as crianças. Separe do adubo as minhocas que voltarão para a nova caixa e aplique o adubo em volta das raízes das plantas ou na sua horta. O resultado é um ótimo fertilizante. Reinicie o processo com a caixa limpa.

AS FRUTAS ORGÂNICAS DE CADA ESTAÇÃO

por Organis - Associação de Promoção dos Orgânicos

Os produtores orgânicos respeitam a sazonalidade dos alimentos, plantando e colhendo no período natural. Não utilizam produtos químicos sintéticos para forçar a planta a dar frutos fora de época. O certo é consumir as frutas próprias de cada estação. Para ajudar você na sua escolha, há uma tabela onde você encontrará a época do ano das suas frutas preferidas.

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Abacate	●	●	●									
Abacaxi	●									●	●	●
Acerola										●	●	●
Ameixa												●
Amora									●	●	●	
Banana			●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Carambola	●	●				●	●	●				
Caju								●				
Caqui				●	●	●						
Coco	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Cupuaçu	●	●	●								●	●
Figo	●	●	●									●
Goiaba		●	●	●								
Graviola	●	●	●									
Jabuticaba									●	●	●	
Jaca	●	●									●	●
Kiwi				●	●	●	●	●				
Laranja	●	●	●			●	●	●	●	●	●	●
Lichia												●
Limão	●	●	●	●	●							
Maçã		●	●	●	●	●	●					
Mamão	●	●	●							●	●	●
Manga	●	●	●							●	●	●
Maracujá	●	●									●	●
Melancia	●	●								●	●	●
Melão	●									●	●	●
Mexerica						●	●	●	●			
Morango								●				
Pera		●	●	●	●							
Pêssego	●									●	●	●
Pitanga	●									●	●	●
Uva	●	●	●	●	●	●	●					

CRÉDITO DA TABELA: ORGANIS

A RAINHA CARNAÚBA ORGÂNICA BRASILEIRA, DO ALIMENTO AO REMÉDIO QUE VOCÊ CONSOME

Conhecida como árvore da vida por oferecer ao homem infinitas utilidades, a carnaubeira é uma palmeira brasileira que habita as margens de rios da região Nordeste. Ela produz uma cera de alto valor econômico e social. Sua presença na paisagem é marcante, com referências a ela em relatos de viajantes, cronistas, botânicos, químicos e romancistas ao longo do tempo. A carnaubeira também surge em obras literárias de autores como Mário de Andrade, Guimarães Rosa, José de Alencar e Euclides da Cunha. De acordo com o Sindcarnaúba, no Brasil a indústria da cera de carnaúba obteve um total de US$ 29,9 milhões em exportações no período de janeiro a abril de 2019 – um crescimento de 56,8% em relação ao mesmo período do ano anterior. Entre os estados brasileiros, o Ceará tem o maior montante e corresponde a 70% do volume total exportado pelo país. O produto ocupa o 8º lugar na pauta de exportação cearense, com 95% da cera produzida exportada para o exterior, sendo 30% para os Estados Unidos. A bandeira do Ceará traz a árvore em seu brasão, desde o início da República. A indústria da carnaúba gera 96.300 empregos diretos no país, especialmente no Ceará e no Piauí, principais estados produtores. O ciclo de extração é o grande diferencial para a agricultura familiar, pois, no período chuvoso, a carnaúba recupera a copa e, na estiagem, cria a cera para reter água, num processo de adaptação ao clima semiárido. O jornal Onews foi ao encontro da história e da representatividade da mais importante indústria de cera de carnaúba orgânica do Brasil.

CRÉDITOS DAS IMAGENS: LAIS PONTES E ARQUIVO PONTES INDÚSTRIA

A história da Pontes com a carnaúba começou no século XIX, quando a família "Pontes" produzia cera de carnaúba bruta. Em 1956, a empresa Pontes Indústria foi inaugurada em Fortaleza para beneficiar e exportar a cera de carnaúba. Atualmente o grupo conta com 3 plantas produtivas em regiões estratégicas para a produção da cera: Fortaleza, Caucaia e Parnaíba. A planta produtiva na cidade de Caucaia produz exclusivamente cera de carnaúba orgânica. Conversamos com Lais Pontes, diretora de marketing e comunicação da Indústria.

Onews: Quais são as etapas que envolvem a produção da cera na cadeia produtiva orgânica?
Lais Pontes: A cera é extraída do pó cerífero presente nas folhas da carnaúba, uma palmeira nativa do Nordeste brasileiro. Esta palmeira localiza-se tanto no litoral quanto no interior e suporta alagamentos prolongados, resistindo ao alto teor de salinidade. O extrativismo do pó cerífero da carnaúba é realizado anualmente, por safra. Após a carnaubeira ter as folhas cortadas, só é possível um novo corte (extração) quando a planta produz novas folhas, na safra do ano seguinte. O processo de extrativismo da carnaúba pode ser resumido nas seguintes etapas:

CRÉDITO DA IMAGEM: LAIS PONTES

1 Corte da palha

O corte é feito por um vareiro, que com a ajuda de uma vara comprida comum e a foice bem amolada presa na ponta, corta o talo da folha. As palhas adultas (abertas) são separadas das mais novas (fechadas).

2 Recolhimento e transporte das palhas

Após o corte, as palhas são recolhidas pelo junteiro/aparador. Ele apanha as palhas, corta o talo da folha e separa as palhas formando feixes que serão transportados para uma área aberta onde as palhas serão secas. Os talos das folhas podem ser separados para uso no artesanato e/ou compostagem, assim como também podem ser deixados na área como cobertura natural do solo.

3 Secagem da palha

Após a colheita e transporte das palhas é realizada a etapa de secagem. Essa etapa pode ser feita através das seguintes técnicas: chão batido, estaleiro e secador solar. A secagem pode demorar de 2 a 10 dias, dependendo da técnica de secagem utilizada.

4 Obtenção do pó

O pó cerífero pode ser obtido pelo processo manual, chamado de batedura manual, ou pela máquina de bater palha de carnaúba.

5 Produção da cera

A cera bruta pode ser obtida através do cozimento com água, realizado em fábricas artesanais de pequenas propriedades rurais. Essa cera ainda é encaminhada à indústria para ser refinada. Porém, o processo mais comum é dos produtores entregarem o pó da carnaúba nas indústrias, para que elas realizem a extração e refino da cera existente no pó. Das indústrias, o único resíduo produzido é chamado de bagana, que é utilizado na produção de adubo e na fabricação de briquetes (bloco sólido, conhecido também como lenha ecológica, sendo capaz de substituir com eficiência o gás, a energia elétrica, o carvão vegetal, o carvão mineral, a lenha e outros tipos de combustíveis).

A atividade da cera de carnaúba, do extrativismo à indústria, é considerada um modelo de economia circular. A economia circular é um conceito baseado na inteligência da natureza. No meio ambiente, restos de frutas consumidas por animais se decompõem e viram adubo para plantas. Esse conceito também é chamado de “cradle to cradle” (do berço ao berço), onde não existe a ideia de resíduo, e tudo serve continuamente de nutriente para um novo ciclo, como acontece com a atividade da carnaúba. Assim, ela garante o uso contínuo dos recursos naturais, preserva a biodiversidade local, não gera desperdícios e é fonte de renda à milhares de famílias.

Onews: Qual é a presença internacional da Pontes com a cera de carnaúba?

A Pontes produz e exporta cera de carnaúba desde 1956, tendo presença marcada nas Américas, Europa, Ásia, África e Oceania. 90-95% da produção é para exportação.

CRÉDITO DO MAPA: PONTES INDÚSTRIA

Onews: Quais são as aplicações da cera de carnaúba em nosso dia a dia?

Embalagens de Alimentos, Cera para polimento de pisos, Cera para Polimento de Móveis, Cera para Polimento de Couro, Cera para Polimento de Automóveis, Vernizes, Doces, Chocolates, Filme Plástico, Polimento de frutas, Fósforos, Revestimento de Latas, Cremes de barbear, Cremes de cabelo, Cremes de pele, Lubrificantes, Revestimentos Têxteis, Cera Dentária, Flores e Frutas artificiais, Vegetais Desidratados, Toner, Papel Carbono, Tintas para impressoras, Uso elétrico, Pilhas, Fita de transferência térmica, Filmes Fotográficos, Cosméticos, Lápis de Cera, Tintas, Lápis Gráficos e Cápsulas de remédios, entre outros.

Onews: No que consiste a parceria "Carnaúba Sustentável" e o que ela representa para a comunidade?

A Pontes Indústria firmou parceria com a Associação Caatinga, ONG local dedicada à proteção da carnaúba, e com o Sindcarnaúba. Essa parceria, chamada Carnaúba Sustentável, possibilita a produção de cisternas de placas para armazenamento de água, fogões eco eficientes para o melhor aproveitamento da lenha e redução de danos do uso do fogão, e sistema bioágua que possibilita o reuso das águas cinza, provindas da pia da cozinha, lavanderia e chuveiro, na irrigação das plantas na produção de alimentos. O projeto também trabalha no eixo da educação ambiental e abrange o contexto da cadeia produtiva da carnaúba promovendo uma série de debates propositivos com os diversos setores interessados, com a finalidade de traçar ações prioritárias para a qualificação sustentável da produção do Estado do Ceará.

Onews: A Pontes e a Universidade Federal do Ceará estão juntas pela Carnaúba, no que consiste essa parceria?

O centro de pesquisa da Pontes foi consolidado devido a uma parceria com a Universidade Federal do Ceará (UFC), mediada por um docente, o doutor Lamartine Oliveira, com o planejamento, implantação e manejo do viveiro de mudas florestais de espécies nativas da Caatinga. E essa parceria visa mobilizar as capacidades institucionais e individuais de nossa equipe, parceiros e estudantes, incentivando a inovação e fortalecendo a pesquisa científica. Nesse sentido, estabelecemos estratégias de gestão da conservação ambiental, como pesquisa para combater espécies invasoras, produção de mudas, construção de um banco de sementes e ações de educação ambiental, promovendo o acesso de todas as pessoas. Também assinamos um acordo com a UFC Internship Agency, criando oportunidades para que os estudantes agreguem valores aos seus cursos de graduação e os ajudem na sua capacitação. Juntamente com esta eminente instituição, asseguramos que o conhecimento produzido chegue aos atores da cadeia produtiva da Carnaúba e às comunidades rurais, contribuindo para tornar suas ações mais sustentáveis ambiental, social e economicamente.

Onews: O que é o "projeto" Pré Safra? E a Campanha pelo crescimento?

Através do instituto "Pontes Para o Crescimento", a indústria assume iniciativas projetadas para o empoderamento das pessoas que trabalham nos campos de extração do pó e cera de carnaúba, incentivando as melhores práticas de trabalho, saúde e segurança, direitos e deveres, rastreabilidade, e preservação da caatinga. Os treinamentos oferecem oportunidades educacionais, como também profissionais.

Estas atividades acontecem antes da safra com o intuito de preparar os produtores e trabalhadores rurais para a safra que ocorre geralmente entre os meses de agosto e dezembro.

Alguns dos benefícios constatados após os treinamentos são colaboradores mais conscientes com relação ao uso de EPIs, o surgimento de novos produtores após atividades provando o potencial do treinamento como ferramenta para desenvolvimento econômico, participantes treinados pelos programas do ano anterior replicaram o conhecimento adquirido motivando o interesse de novos colaboradores rurais, produtores locais mais bem informados e ativos na tomada de decisões, melhoria da receita e qualidade de vida dos trabalhadores do campo, maior transparência na cadeia de suprimento, trabalhadores mais conscientes com relação a seus direitos e funções e maior conscientização sobre a importância da preservação da Carnaúba e seu ambiente social. Também, através da Pontes para o Crescimento - PPCO, a indústria demonstra o seu comprometimento com os princípios éticos do bio comércio, assim como seu respeito pelas pessoas, pela biodiversidade e pelo bioma Caatinga, tudo isso através da execução de uma ampla gama de atividades interativas.

CRÉDITO DA IMAGEM: LAIS PONTES

Atualmente, o PPCO realiza treinamentos profissionalizantes para trabalhadores do extrativismo da carnaúba, educação ambiente, pesquisa cientifica, compostagem orgânica e cultivo de sementes e mudas exclusivas do bioma da Caatinga. As sementes e mudas são doadas para o reflorestamento de áreas degradadas e também utilizadas nas atividades de educação ambiental. Outras 7 oficinas geradoras de renda para as comunidades locais estão em fase de conclusão, aguardando a liberação do governo para implementação.

CRÉDITO DA IMAGEM: LAIS PONTES

A equipe para esta iniciativa conta com 19 profissionais:
Engenheiro da Saúde e Segurança, Engenheiro Mecânico, Engenheiro Ambiental, Engenheiros Agrônomos, Engenheiro de Alimentos, Advogado Trabalhista, Gerentes de Controle de Qualidade, Equipe de Responsabilidade Social e Profissional de Primeiros Socorros.

Para esta safra de 2020, preparamos cuidadosamente um programa online para orientar especialmente os produtores e trabalhadores rurais do extrativismo da Carnaúba. Produzimos vídeos educativos e disponibilizamos os nossos manuais para download com o intuito de compartilhar informações com todos. São eles, vídeo Coronavírus de Medidas de Prevenção no Extrativismo da Carnaúba, vídeo de Boas Práticas para a Máquina de Bater Palha de Carnaúba, Sétima edição da cartilha de Boas Práticas para o extrativismo do pó cerífero e da cera de carnaúba e Segunda Edição da Máquinas de Bater Palha de Carnaúba. Também disponibilizamos uma linha de WhatsApp para tirar dúvidas dos trabalhadores e produtores rurais, como também para compartilhar mais informações referentes a safra.

A indústria trabalha em parceria com o Ministério Público do Trabalho (MPT) desde 2016, para combater qualquer forma de trabalho escravo. A campanha de 2020 é uma extensão desse trabalho, que visa ao empoderamento dos trabalhadores, conscientizando-os sobre a sua importância social e promovendo o reconhecimento de que esta é a única maneira de promover uma mudança real.

CRÉDITO DA IMAGEM: LAIS PONTES

Onews: Qual é o maior desafio enfrentado atualmente pelo agricultor na cadeia de produção?

Os custos de certificação orgânica que são um investimento muito alto principalmente para o agricultor.

Onews: Como se dá a certificação da cera orgânica?

Certificamos as fazendas e o processo industrial.

Onews: O que significa ser uma indústria vegana no Brasil e no mundo?

Significa promover o desenvolvimento e uso de alternativas livres de origem animal para benefício de humanos, animais e meio ambiente com o intuito de tornar o mundo um lugar melhor.

Onews: A indústria atua na formação educacional da comunidade? Quais são os projetos atuais da indústria envolvendo as crianças e adolescentes?

*"**Minha Carnaúba**"* é um projeto fotográfico que convida jovens em localidades remotas de nossas vastas regiões produtoras de Carnaúba, a pensar o relacionamento entre eles, suas famílias e a "Árvore da Vida" que desempenha um papel central para toda a comunidade. O projeto promove educação de qualidade para as crianças nas áreas rurais. Em nossos cursos abordamos temas como biodiversidade, estilo de vida sustentável e igualdade de gênero, além de apoiar a arte e a cultura local. Também temos um programa voltado exclusivamente para "Educação Ambiental" conectando as escolas públicas rurais do Nordeste do Brasil com a nossa Caatinga. Ele cria consciência das questões que impactam este bioma do qual todos nós nos beneficiamos, assim como toma ações para melhorar e preservar isso. Partilhamos conhecimentos essenciais, permitindo que as crianças e adolescentes desenvolvam atitudes que geram responsabilidade para uma vida sustentável. O nosso programa oferece as competências necessárias para sermos criativos na resolução de problemas e nos tornarmos bons cidadãos ambientais.

Onews: Qual é o papel das escolas e universidades frente a educação da nossa população para a transição do consumo de convencionais para os orgânicos?

As escolas, independe do seu nível, tem como pilar a promoção, socialização e democratização do saber. Saber esse que é transformador e torna a população mais consciente e crítica. Esses fatores têm aumentado os questionamentos sobre o consumo de alimentos produzidos em sistema de cultivo convencional ou de larga escala, e quando comparado ao sistema orgânico, qualquer que seja a análise crítica, por mais simplória que seja, conduz a escolher os produtos orgânicos. São várias as questões que influenciam essa escolha como primeiro passo do processo de transição, por exemplo, sustentabilidade do processo de produção, conservação de recursos naturais e valorização da vida.

Onews: Quais foram os prêmios concedidos a Indústria Pontes até aqui?

O programa de empoderamento dos trabalhadores rurais desenvolvido pelo Instituto Pontes para o Crescimento recebeu a certificação Benchmarking 2019 de *"As Melhores Práticas Sociais e Ambientais do Brasil"*. Pontes para o Crescimento está alinhado com 13 dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS da Agenda 2030 da ONU.

Esta premiação refere-se ao ODS 8: Trabalho Decente e Crescimento Econômico.

A INDÚSTRIA PONTES E O REFLORESTAMENTO

As florestas saudáveis contribuem para a sociedade e para o planeta, fornecendo serviços ecossistêmicos, fortalecendo a subsistência, fornecendo água e ar limpos, ajudando a conservar a biodiversidade e respondendo contra as mudanças climáticas. Além disso, grande parte da biodiversidade terrestre do mundo é encontrada nas florestas. Por esse motivo, as florestas devem ser protegidas com planejamento racional, o que permite sua regeneração natural, ao mesmo tempo em que a complementa através do plantio de árvores.

A reflorestação é uma tarefa complexa que envolve vários sistemas sociais, sendo assim possível criar as condições para que a terra continue a sustentar a vida humana.

Nós construímos um banco de sementes com mais de 30 espécies nativas do bioma Caatinga. Ele ajuda na conservação da biodiversidade genética, fornecendo sementes para a produção de mudas. Nossas sementes são coletadas de várias matrizes de espécies ameaçadas de extinção e também de espécies atraentes para a fauna, selecionadas de diferentes partes da Caatinga. As nossas mudas são produzidas sob rigorosos procedimentos orgânicos e eco florestais. São produzidas respeitando as interações ecológicas, evitando materiais plásticos e utilizando racionalmente a água. No ano passado coletamos 227.430 sementes e produzimos 3.425 mudas. Uma de nossas iniciativas específicas tem sido a distribuição de sementes e mudas para o reflorestamento de áreas degradadas assim como também, para atividades de educação ambiental. Além de doar as sementes e mudas, trocamos conhecimentos, passamos informações sobre a importância das florestas e os cuidados necessários. Desta forma atingimos um maior número de pessoas e localidades. Portanto, formas de restaurar as condições ambientais com iniciativas específicas para o entorno são a fórmula de sucesso que assegura a cura acelerada das florestas.

CRÉDITO DA IMAGEM: LAIS PONTES

"Chamo atenção para esse tesouro que é a carnaúba
e a biodiversidade da caatinga.

A cera de carnaúba além de ser a rainha das ceras vegetais é um produto exclusivo do nordeste brasileiro.

O processo é totalmente sustentável, um exemplo de economia circular.

Esta palmeira representa a própria vida.
É forte, resistente, sobrevive a muitas situações difíceis.
Ela é generosa, pois pede pouco e nos oferece muito.

A carnaúba é um exemplo de como todos devem levar suas vidas. "

Lara Pontes, presidente da Pontes Indústria

CRÉDITO DA IMAGEM: LAIS PONTES

Onews: A indústria é gerida de forma familiar principalmente por mulheres, certo? Como é o dia a dia de vocês e quais são os melhores e os mais difíceis momentos?

Nos dividimos em áreas de atuação distintas, porém todas participam das tomadas de decisões mais importantes para o funcionamento saudável da empresa. Estas tomadas de decisões ocorrem de forma tranquila, pois temos ideias que seguem uma mesma linha, e além disso são complementares. Isso facilita na agilidade e implantações dos projetos.

Onews: Lais, você como fotógrafa provavelmente presenciou momentos únicos em seu dia a dia com a câmera em mãos. Qual foi o melhor e mais significativo olhar até hoje através da fotografia no contexto da produção sustentável?

Não teve um único momento, porém vários. Registrar a evolução da nossa produção sustentável voltada para a economia circular, do nosso viveiro de mudas exclusivas da caatinga, das pesquisas científicas realizadas na nossa fazenda em parceria com a UFC e da relação de parceira com a comunidade local, todos em prol de hábitos mais sustentáveis, é encantador e motivador. Acho que não tem um dia sequer que pelo menos um registro fotográfico não seja feito. Através da fotografia venho descobrindo que restaurar significa recuperar a beleza original.

CRÉDITO DAS IMAGENS: LAIS PONTES - ARTESANATO DE CARNAUBEIRA

NOTA DA REDAÇÃO: IMAGENS CONTIDAS NESTA MATÉRIA FORAM REGISTRADAS POR LAIS PONTES QUE TAMBÉM É GRANDE FOTÓGRAFA

ORGANIS É O MOVIMENTO DOS ORGÂNICOS NO BRASIL

Em tempos de quarentena e distanciamento social, para surpresa de quem não acompanha a área de perto, o que se viu foi uma bela colheita, resultado do consistente trabalho de valorização da marca orgânicos em território nacional. De acordo com a Organis, a Associação de Promoção da Produção Orgânica e Sustentável no Brasil, na contra mão dos demais setores, os orgânicos ganharam ainda mais mercado neste período. O setor que já vinha de um crescimento de 15% em 2019, fechou o primeiro semestre de 2020 com progresso sólido e visíveis avanços em todos os indicadores. Sítios orgânicos mais estruturados chegaram a triplicar a produção, as entregas de cestas orgânicas mais que duplicaram devido as vendas online e delivery que tiveram uma alta expressiva devido ao isolamento social. Alguns produtos orgânicos prontos para consumo chegaram a crescer mais de 50% no varejo e o setor precisou rever processos e logística para atender a essa procura. O jornal Onews conversou com Clauber Cobi Cruz, diretor da Organis.

Onews: Qual é a trajetória da Organis no Brasil?

Cobi: Levamos adiante essa intensa parceria (entre Organic Brasil e Apex) de 2005 a 2017. Nesses doze anos de experiência internacional, percebemos que o Brasil, para aumentar presença no mercado externo, precisava fortalecer suas bases. Daí para a criação da Organis, foi um passo natural. Era necessária uma organização que representasse, unisse, fortalecesse e divulgasse conceito, marcas e produtos orgânicos no mercado interno. Com olhos também na exportação, mas sabendo que é consequência do sucesso no âmbito local.

Institucionalmente, a Organis é a Associação de Promoção dos Orgânicos – uma entidade sem fins lucrativos, que trabalha para divulgar os conceitos e as práticas orgânicas. Na prática, acabamos avançando um pouco além nesta grande seara. Atendendo às necessidades e desafios do setor, nos tornamos uma espécie de liga, de atalho que aproxima as diversas frentes da cadeia produtiva dos orgânicos: produtores, prestadores de serviço, processadores, indústria e varejistas. Estamos nos tornando, também, uma referência no âmbito técnico, agregando o saber de especialistas e pesquisadores, mas não paramos por aí e não concorremos com entidades científicas. Desejamos ser uma vitrine permanente dos orgânicos para o público em geral, utilizando para isso todas as ferramentas da comunicação. Queremos "traduzir" os conceitos do movimento orgânico para o idioma do consumidor, de forma clara e agradável. Pensando bem, nossa missão principal, aquela que está em nosso DNA, é trabalhar na criação de novas oportunidades para os nossos associados, não apenas junto ao público em geral, mas, também, na promoção de relacionamentos produtivos e parcerias dentro do setor.

Onews: Quem pode se associar à Organis?

A Organis está aberta a todas as pessoas físicas e jurídicas que trabalhem direta ou indiretamente com o setor: produtores, indústria, varejistas, distribuidores, prestadores de serviços, além de ONGs, órgãos governamentais, pesquisadores, estudiosos e outras associações. Nossa missão é educar, difundir, unir, articular, então o nosso público é o mais amplo possível.

São muitos os avanços e eles podem ser medidos, por exemplo, pelo constante aumento ***de audiência em todos os nossos canais de comunicação. O portal Organis ultrapassou a marca de 20 mil visitas individuais por mês. E não para de crescer. A interação nas páginas no Instagram e no Facebook é excelente. Respondemos atualmente mais de mil e-mails por mês, de gente interessada em diversos aspectos do movimento orgânico, inclusive muitas de consumidores. As nossas pesquisas, realizadas em 2017 e 2019 foram muito bem recebidas pelo mercado e são vistas como ferramentas que faziam falta para se ter uma visão geral realista e atualizada do mercado. Outra conquista da Organis é ter chegado a 70 associados em todo o Brasil, um número expressivo e que cresce a cada mês.***

Onews: O que são os Orgânicos?

Os orgânicos em movimento têm muitas facetas e seus produtos ainda são confundidos. Por isso, popularizar o correto conceito orgânico é uma de nossas missões.

Onews: Qual é o primeiro passo para a conscientização e mudança de hábitos?

O consumidor precisa ser informado, seduzido e educado para os benefícios de uma alimentação saudável. E precisa saber que essa "saúde" tem reflexos positivos, também, na preservação e recuperação do meio ambiente, assim como no fortalecimento sustentável da economia. O papel social dos orgânicos em movimento é outro importante quesito que as pessoas devem ter em mente para poderem calcular a relação custo/benefício dos orgânicos em relação aos convencionais.

Onews: Qual é o papel das escolas e universidades frente a conscientização e educação das crianças e adolescentes no Brasil?

O Brasil é um país deseducado nesses e em muitos outros aspectos importantes. Falta, em geral, um foco maior na questão da cidadania, tanto na forma de responsabilidade pessoal quanto no aspecto coletivo. Decidir-se por uma alimentação saudável e evitar consumir marcas que exploram a natureza de maneira predatória é consequência desse aprendizado. Cidadãos conscientes fazem a diferença em todos os aspectos. Eles são propensos a ver não apenas produtos, mas a maneira como são feitos, a trajetória de cada um até chegar a ele. Cidadão questiona, quer saber como é por dentro das coisas, costuma "desmontar o brinquedo".

CLAUBER COBI CRUZ, DIRETOR DA ORGANIS

Ilustração: Julia Belik para eBook "O que é produto orgânico?" da Organis

Onews: Qual é o papel dos pais nessa (re)educação?

Curiosamente, nos orgânicos em movimento é muito significativa a inversão nesse processo educacional. Isto é, as novas gerações estão ensinando os mais velhos a preferir os orgânicos. Essa tendência é muito forte. Os hábitos alimentares têm muito a ver com herança cultural, tradição, atitudes, costumes e também com as mudanças desses conceitos. Então, a influência dos familiares é fundamental. Obviamente, é muito mais fácil começar certo e dar sequência na vida do que ter de rever hábitos já enraizados. Pelas pesquisas, pela nossa experiência, essa conscientização vem aumentando a passos largos. A própria entrada dos orgânicos nas prateleiras de grandes redes varejistas já sinaliza claramente nessa direção. A geração saúde é uma realidade e só cresce.

Onews: Qual é o perfil de liderança necessária hoje para levar as empresas rumo as mudanças esperadas?

As lideranças empresariais precisam colocar-se a favor dos ventos da modernidade. Existe uma forte pressão global por um sistema menos predatório, um capitalismo mais sustentável, que veja além dos objetivos do faturamento imediato. O aumento de patamar das exigências de qualidade de vida é um caminho que não tem volta. Cada vez mais os consumidores se aproximam de marcas amigáveis à saúde das pessoas e do meio ambiente e se afastam ou ficam indiferentes àquelas que não têm um conceito claro a respeito disso. A necessidade de produzir sem destruir não existe apenas nos domínios da ciência, é necessidade, também, de sobrevivência mercadológica. Existem exemplos claros dessa nova realidade. Tempos atrás, fez imenso sucesso nas redes sociais uma série de fotos de grandes obras que foram modificadas por pressão da sociedade, inclusive de uma operadora de autoestrada que foi "convencida" a investir na mudança de seu traçado para poupar uma única árvore.Em Seul, outro grande exemplo dessa tendência: uma linha inteira de metrô foi desativada e reconstruída de outra maneira para que pudesse ressurgir um rio que havia sido soterrado. E esses são apenas exemplos mais amplos de uma forte tendência que se expressa em um crescente mercado consumidor que não abre mão da sua cidadania na hora de consumir. E não se enganem, o consumidor está cada vez mais atento, sabendo separar o que é real atitude de uma mera política de aparência ou o chamado greenwashing.

"Eu diria que, mesmo diante de grandes desafios estruturais e pontuais, nunca renuncie ou desista de exercer sua cidadania.

As suas posições de cidadão e consumidor é que financiam e dão direção ao que acontece no país.

Buscar saber o que está por detrás dos produtos que compra e entender o direcionamento que está sendo dado aos impostos que pagam são fundamentais para a melhoria geral da nossa qualidade de vida.

Somos um país rico em muitos aspectos. Precisamos nos associar e ganhar força para que esta riqueza seja bem aproveitada e gere benefícios para todos.

É preciso entrar em movimento. E isso significa muito mais do que simplesmente votar e esquecer."

Clauber Cobi Cruz

"De fato, o consumo de alimentos orgânicos, livres de agrotóxicos e cultivados de forma a preservar seus atributos nutritivos e ambientais, está associado pelo consumidor com a manutenção de um estilo de vida natural e saudável." Cobi

***ACOMPANHE A MATÉRIA NA ÍNTEGRA EM WWW.ONEWS.COM.BR**

VOZES SERÃO OUVIDAS

Jornal Onews

SUSTENTABILIDADE COM FOCO NOS ORGÂNICOS

anuncie aqui e apoie a sustentabilidade e o consumo de orgânicos

55 (11) 9 8872- 2007
EDITORIAL@ONEWS.COM.BR