

RECICLA

Marketing verde

Os erros a evitar para que a mensagem ecológica chegue ao consumidor.

Reutilizar está na moda

Porquê comprar novo, quando pode trocar bens em segunda mão?

FÉRIAS SUSTENTÁVEIS

NA HORA DE FAZER AS MALAS, NÃO BASTA ESCOLHER A ROUPA – DO HOTEL AO DESTINO SELECIONADO PARA UNS DIAS DE DESCANSO, TUDO TEM IMPACTO NO PLANETA. NÃO DESEPERE: A RECICLA PREPAROU UM GUIA COM ECO SUGESTÕES

MERCADO ORGANIZADO DE RESÍDUOS



ONLINE



VENDIDO



COMPRADO



VENDIDO



COMPRADO



O MELHOR VALOR PARA A SUA COMPRA
E VENDA DE RESÍDUOS, NUM SÓ CLIQUE.

MAIS VALOR MAIS FÁCIL MAIS RÁPIDO



Com MOR Online, a primeira plataforma de comércio electrónico de resíduos, pode encontrar o melhor comprador, o melhor vendedor, o melhor preço, a solução mais interessante para as suas necessidades específicas de compra ou venda de resíduos. Coloque os seus resíduos no mercado e veja as licitações subirem, ou procure as melhores oportunidades para satisfazer as suas compras de matérias-primas.

MOR PLATAFORMA INTEGRADA NO
MERCADO ORGANIZADO DE RESÍDUOS

www.moronline.pt

tel.: 214 124 870

Passaram-se duas décadas entre a primeira Cimeira da Terra e a Rio+20. Pelo meio os líderes mundiais reuniram-se em muitas outras cimeiras, sempre com o mesmo objectivo: o desenvolvimento sustentável, que acabe com a pobreza e, em simultâneo, proteja o ambiente. Os resultados mostram que não estamos a fazer o suficiente. Desde 1992 a **cobertura florestal mundial diminuiu 3 milhões de km²** (uma área do tamanho da Índia). No mesmo período as **emissões de CO₂ aumentaram 40%** e a temperatura média subiu 0,4°C. Entre 1970 e 2008 a **biodiversidade diminuiu 30%** e a exploração dos recursos naturais duplicou desde 1966.

Precisamos de alterar hábitos e de influenciar quem decide. E, enquanto consumidores, já o estamos a fazer, como se verifica por certas tendências de mercado:

- Só nos EUA as vendas de alimentos e bebidas orgânicas triplicaram entre 1997 e 2007;
- O uso de produtos florestais certificados quadriplicou entre 2005 e 2007;
- O consumo de alimentos piscícolas com rótulo ecológico cresceu 50% entre Abril de 2008 e Março de 2009.



Ilustração: Rita Sales Luís

A RECICLA
é impressa em
papel reciclado
e com tintas
ecológicas

RECICLA

EDITORIAL

USE E ABUSE

É quase um cliché, mas isso não o torna menos verdadeiro: a humanidade usa e abusa do planeta. A Terra não tem capacidade para responder ao estilo de vida moderno e é urgente mudarmos comportamentos. Felizmente, também podemos usar e abusar de boas ideias e boas práticas. E há tantas!

Para os leitores que vão de férias, a RECICLA preparou um guia com sugestões alternativas a dias de praia, e hotéis portugueses que aliam conforto e sustentabilidade. Porque não é possível dar descanso aos cuidados ambientais, reunimos dicas preciosas para dias de lazer com leve pegada no planeta.

Também a locutora da Antena 3 Ana Galvão aproveitou o Verão para enveredar numa aventura eco: pedalar de Lisboa a Badajoz. O desafio foi lançado por Paulo Guerra dos Santos, engenheiro de estradas apaixonado pelas duas rodas, que tem divulgado as ecovias nacionais (www.ecovias.pt.vu). Uma proposta económica e sustentável para descobrir o país.

Aproveite ainda o descanso para usar e abusar de um dos três "R" do momento: reutilizar. Sem preconceitos e com imaginação, dê nova vida a objectos que já não aproveita ou partilhe-os. Dentro e fora da internet há um número crescente de iniciativas e lojas que fomentam a troca de produtos ou a venda de objectos em segunda mão, e em bom estado. Porquê comprar novo quando pode reaproveitar o que já existe?

Por último – mas não menos importante – leia a entrevista a Helena Marujo, maior especialista de psicologia positiva no nosso país. Use e abuse da felicidade. **R**

SUMÁRIO

N.º8 JULHO - SETEMBRO 2012
www.pontoverde.pt

8

Reportagem

Há mais do que sol e mar: um roteiro sustentável para os dias de férias

18

Tendências Eco

Comprar em segunda mão é mais barato e ecológico. E está na moda

22

Rosto

À conversa com Helena Marujo, maior especialista em psicologia positiva

32

Atitude

Porque falham as campanhas que apelam a comportamentos verdes?

36

Lazer sustentável

Aos poucos, a vida selvagem renasce no Parque da Gorongosa, em Moçambique

5

Ponto Verde

14

Pequenos Gestos

27

Planeta Verde

28

Eco empreendedores

42

Sustentabilidade é

18



22



28



36



RECICLA/Ficha Técnica

Propriedade: Sociedade Ponto Verde SA, Morada: Rua João Chagas, 53, 1.Dto, 1495-764 Cruz Quebrada, Dafundo, Tel: 210 102 400, Fax: 210 102 499, www.pontoverde.pt, info@pontoverde.pt, NIF: 503 794 040, Director: Mário Raposo, Directora-adjunta: Teresa Cortes

Edição: Have a Nice Day - Conteúdos Editoriais, Lda., www.haveaniceday.pt, info@haveaniceday.pt, Tel: 217 950 389
Directora: Ana Rita Ramos, Editora: Teresa Violante, Redacção: Miguel Amaral Monteiro, Paginação: Rita Sales Luís, Fotografia: Agência Fotográfica Filipe Pombo, Thinkstock, Impressão: Peres-Soctip, Indústrias Gráficas S.A., Tiragem: 55.000 exemplares, Depósito Legal: 215010/04, ICS: 124501 A RECICLA é impressa em papel reciclado com tintas ecológicas. Depois de a ler, dê-lhe um final ecológico: partilhe-a com um amigo ou coloque-a no ecoponto azul. ♻️

sociedade
pontoverde

have
a
nice
day

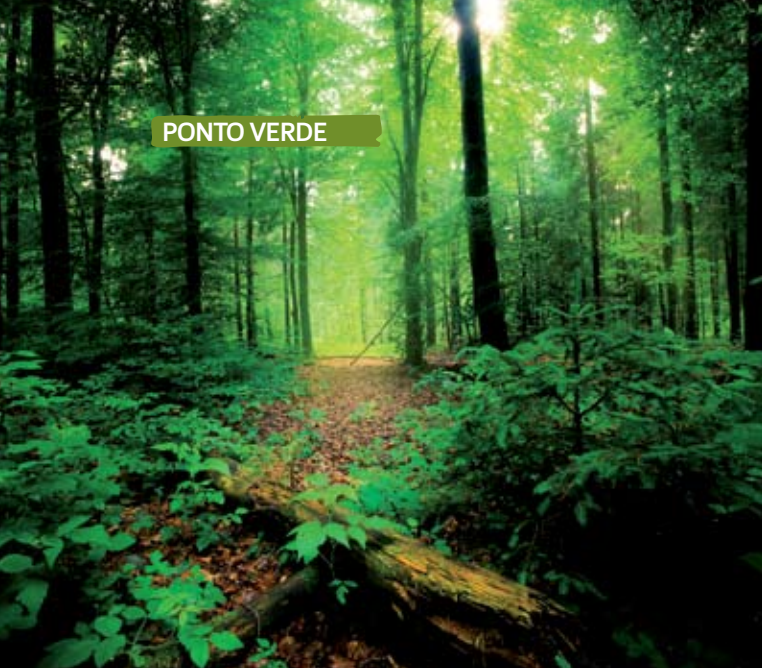


Mobiliário sustentável

Há algo de familiar nesta chaise longue. Um olhar mais atento descobriria que a estrutura assenta numa paleta.

“Primeiro restaurei a madeira para que ficasse segura e resistente. O mais complicado foi encontrar os pés, pois queria manter o conceito de reutilização”, conta Marta Pinto, fundadora da React Design e autora desta e de outras peças de mobiliário, feitas a partir de materiais já usados. Assim, retirou os pés de madeira de outra peça e pintou-os de prateado. Para a cobertura almofadada recorreu a restos de napa cedidos por um estofador.

Marta trabalhava como técnica de tráfego aéreo, mas é formada em Artes Decorativas, ramo Património Português. Em Janeiro passado decidiu correr atrás do seu sonho e criou a React Design. “Soube do programa de empreendedorismo Caldas Empreende, promovido pela Câmara Municipal das Caldas da Rainha, e decidi concorrer. Agora tenho duas salas para trabalhar, cedidas a custo zero por um período de dois anos”. Em <http://bereact.wix.com/react> encontra esta e outras criações de Marta, como candeeiros feitos de molas de madeira ou a partir do dorso de um manequim. “Temos várias tipologias e materiais. O objectivo não passa por limitar as opções. Em vez disso quero mostrar que as possibilidades são infinitas e que os objectos têm diferentes propósitos, mesmo quando estão no chamado fim de vida”. Com o talento de Marta o mundo, de facto, “torna-se um mar de possibilidades”.



Trabalho social pelas florestas

Desempregados e beneficiários do rendimento social de Inserção podem, se assim o desejarem, trabalhar na prevenção de incêndios florestais e vigilância das florestas. Isto porque o Governo criou o programa Trabalho Social pelas Florestas, com o objectivo de chegar a 2.000 pessoas, as quais receberão um rendimento complementar.



Cada português produz 511 kg de lixo

Em 2010, e segundo a Agência Portuguesa do Ambiente (APA), cada português produziu 511 kg de lixo em casa. Este valor é superior à meta estabelecida para Portugal, mas está ligeiramente abaixo da média europeia (512 kg/habitante/ano). A percentagem de resíduos separados e encaminhados para reciclagem subiu face ao ano anterior (de 13% para 15%), mas ainda é inferior à média europeia. O aterro foi o destino de 60% dos resíduos.



Mais longe da extinção

Pela primeira vez um lince-ibérico proveniente do programa de reprodução em cativeiro teve crias em liberdade. Trata-se da fêmea Granadilla, nascida no centro La Olivilla, Espanha, libertada em 2010. Granadilla teve quatro crias. Para os técnicos da Junta de Andaluzia este é um enorme impulso para o futuro da espécie na região.



Elvas com Património Mundial

Em Junho passado a UNESCO classificou como Património Mundial as fortificações abaluartadas de Elvas. A construção remonta ao século XIII, é a maior do mundo desta tipologia, e inclui dois fortes, três fortins, muralhas e um aqueduto.

Cientistas lusos em alta

Paulo Sampaio, professor da Escola de Engenharia da Universidade do Minho, recebeu a Feigenbaum Medal, pelos seus contributos na área da Qualidade. Atribuída pela American Society for Quality (ASQ), esta é a maior distinção internacional neste domínio. Sobre Paulo Sampaio, a ASQ salientou a “dedicação excepcional, em início de carreira, a busca entusiasta no aumento e expansão do conhecimento na área e o empenho em reforçar, no seu país, a aplicação dos métodos e princípios da qualidade”.

Na vertente da investigação, o programa Human Frontier Science, que financia estudos em sistemas biológicos complexos, atribuiu 1 milhão de dólares a Carlos Ribeiro e ao seu grupo de investigação na Fundação Champalimaud, para que prossigam o trabalho sobre processos de escolha de alimentos.



Reciclagem do vidro volta a equipar salas de estudo

Este ano, a Sociedade Ponto Verde (SPV), a Entrajuda e a SIC Esperança voltam a unir-se para, com a ajuda dos portugueses, equiparam ou melhorarem mais 25 salas de estudo. A promessa é a mesma da edição anterior: doar um euro para a criação destes espaços por cada tonelada de vidro enviada para reciclagem. Os destinatários são as crianças de famílias desfavorecidas.

O projecto Reciclar é Dar e Receber tem o objectivo de quebrar ciclos de pobreza e prevenir casos de abandono e insucesso escolar. A campanha de 2011 superou as estimativas e, em vez das esperadas 25 salas, permitiu criar 30, devidamente equipadas com estantes, candeeiros, mesas, cadeiras, computadores, impressoras e, claro, ecopontos.



FAÇA AS MALAS, NÃO POLUIÇÃO

PORQUE VERÃO RIMA COM FÉRIAS, A RECICLA PREPAROU UM GUIA SOBRE TURISMO SUSTENTÁVEL. SIM, É POSSÍVEL DESCANSAR E DIVERTIR-SE, DEIXANDO UMA LEVE PEGADA NO PLANETA.

Texto Teresa Violante

Fotos Thinkstock e cedidas

Voos *low-cost*, promoções *last-minute*, pacotes de férias à medida de cada um. Viajar nunca foi tão simples como hoje. Só no ano passado 980 mil pessoas visitaram países estrangeiros, segundo dados da Organização Mundial do Turismo (OMT). Aliás, este ano o número de turistas deve mesmo atingir um valor record: mil milhões. A Europa mantém-se como região mais atractiva, seguida pela Ásia e Pacífico.

Mas viajar tem impacto no planeta: estima-se que o turismo seja responsável por 5% das emissões globais de CO₂, cabendo a maior fatia ao sector dos transportes. Por outro lado, o turismo é também motor de crescimento de zonas menos desenvolvidas. Segundo a OMT, os países em

desenvolvimento obtiveram cerca de um terço das receitas geradas pelo turismo em 2006. Então, o que fazer na hora de escolher um destino de férias?

PASSAPORTE VERDE

Distância percorrida, duração da estadia, alojamento e actividades praticadas são factores-chave na definição da pegada ecológica de uns dias de lazer e descoberta. Por exemplo, um viajante que se desloque da Europa à Tailândia para 14 dias de férias é responsável por 2,4 toneladas de CO₂, enquanto se optar por um “fly-cruise (viagem de cruzeiro que inclui voo) da Holanda para a Antárctida esse valor ascende a 9 toneladas de CO₂”. “De facto, as emissões resultantes de umas férias podem exceder

em muito as emissões anuais de um cidadão médio mundial (4,3 toneladas CO₂) ou mesmo de um cidadão médio da União Europeia (9 toneladas de CO₂)”, lê-se no Passaporte Verde, iniciativa do United Nations Environment Programme (UNEP), promovido pela Global Partnership for Sustainable Tourism. Apresentado em 2008 na Feira Internacional de Berlim, procura sensibilizar os turistas para a importância das suas escolhas e do impacto que têm no planeta. Decisões informadas, que privilegiem a redução de emissões, são vitais para férias com leve pegada.

ESCOLHAS QUE CONTAM

Na hora de reservar alojamento, além do conforto e da localização

é importante atentar na política ambiental adoptada pela unidade hoteleira. Distinções como Certificado Carbono Zero® ou certificação 100R®, da Sociedade Ponto Verde, provam o cumprimento de determinados cuidados ambientais no dia-a-dia do hotel ou resort. O envolvimento da unidade com a comunidade onde se insere e o apoio a projectos de desenvolvimento local são outros pontos a ter em conta. Sempre que possível deve-se optar pelo uso de transportes públicos, andar a pé ou de bicicleta. As viagens de avião são muito poluentes, mas por vezes são a única opção. Nesses casos, e para minimizar o impacto, é possível compensar

a pegada carbónica através da aquisição de créditos. Mais do que visitar diferentes locais num curto período de tempo – o que implica a realização de várias viagens – deve-se explorar, com tempo, um destino. Esse é um dos princípios do chamado “slow tourism”. Os momentos de lazer também não são inofensivos. É fundamental respeitar as normas de visita de parques e reservas naturais, autênticos santuários de biodiversidade, e recorrer a empresas certificadas para a realização de actividades como mergulho ou *whalewatching*. Afinal, no que diz respeito à preservação do planeta, todos os cuidados são poucos. **R**

DICAS SUSTENTÁVEIS

- Se viajar para o estrangeiro, informe-se sobre a cultura local. Respeite hábitos e tradições.
- Viaje com pouca bagagem. Consulte a previsão meteorológica e adeque a indumentária ao estado do tempo.
- De férias, e com a prática de várias actividades ao ar livre, é normal que tome mais duches do que o habitual. Opte por banhos rápidos.
- Tire fotografias digitais e alimente a máquina com pilhas recarregáveis.
- Na hora de comprar souvenirs, certifique-se que são peças desenvolvidas por artesãos locais, fomentando assim o crescimento da região, e que não implicaram a destruição de habitats ameaçados.

BÚSSOLA VERDE

ONDE DORMIR?

Cada vez mais unidades hoteleiras seguem políticas ambientais responsáveis. Em Portugal não faltam opções – a RECICLA deixa aqui uma pequena amostra.



◀ MOINHOS DA TIA ANTONINHA

Em Leomil, perto de Moimenta da Beira, Viseu, os Moinhos da Tia Antoninha aliam tradição, conforto e sustentabilidade. No total, dispõem de seis quartos duplos e um apartamento. O complexo é totalmente autónomo em termos energéticos, graças a um sistema híbrido solar e hídrico. Para tal, recorre a um campo fotovoltaico, instalado numa elevação da propriedade, e a uma microturbina hídrica, junto a um riacho que outrora alimentou o antigo moinho. Toda a cablagem é subterrânea e os colectores respeitam a paisagem.

Mais informações: www.moinhostiaantoninha.com,
Tel.: 254 588 095



◀ INSPIRA SANTA MARTA HOTEL

No coração da capital, esta unidade de quatro estrelas faz do bem-estar uma bandeira, quer para os hóspedes quer para o ambiente. E é assim que todo o hotel, das áreas comuns aos quartos, foi decorado segundo os princípios do feng-shui, arte de harmonizar e equilibrar energeticamente os espaços. Os cuidados ecológicos são vários e já valeram ao Inspira Santa Marta Hotel a conquista de certificações como Green Globe, Travelife ou Certificado Carbono Zero®. A par de medidas como colectar água das chuvas ou utilizar materiais com baixo impacto, a mais emblemática é a ausência de água engarrafada. A água servida no hotel é da rede pública, filtrada e colocada em garrafas de vidro reutilizáveis, depois de esterilizadas. O valor das receitas da água Inspira reverte para a Pump Aid, ONG que se dedica à construção de bombas de água potável e instalações sanitárias em países africanos.

Mais informações: www.inspirahotels.com, **Tel.:** 210 440 900



◀ AREIAS DO SEIXO

Por diversas vezes premiado, tendo integrado a Condé Nast Hot List 2011, o Hotel Areias do Seixo prova que bom gosto e conforto andam de mãos dadas com sustentabilidade. Situada na Póvoa de Penafirme, A-dos-Cunhados, esta unidade de charme adoptou uma vasta estratégia ambiental. A começar na construção do edifício: os escombros e ruínas do antigo aviário situado no terreno foram britados e reutilizados nas bases de pavimentação. Quanto ao isolamento térmico do edifício fez-se com recurso a cortiça, reforçado por coberturas ajardinadas que repuseram ainda espécies naturais da região. O aquecimento das águas recorre à geotermia e está em desenvolvimento a produção de energia fotovoltaica. As águas pluviais são reutilizadas e um circuito de compostagem transforma matéria orgânica em fertilizante natural. Sobras de alguns materiais foram usadas na criação de peças decorativas e mobiliário, enquanto na horta os produtos são plantados de forma orgânica.

Mais informações: www.areiasdoseixo.com,
Tel.: 261 936 340

HOTEL QUINTA DA MARINHA RESORT ▶

Unidade de cinco estrelas situada na zona de Cascais, foi recentemente distinguida com a certificação Eco Hotel atribuída pela Tüv. É também recente o projecto “Check Out for Nature”, em vigor nesta e noutra unidade do grupo hoteleiro, o Onyria Marinha Edition Hotel. Projecto da World Wild Fund (WWF), propõe aos hotéis aderentes que adicionem um euro à conta dos clientes aquando do check-out. Em Portugal esta doação voluntária reverte para a WWF e para as actividades que desenvolve no país, como “Green Heart of Cork”, projecto de conservação da maior mancha de sobreiro do mundo e do maior aquífero ibérico, no Vale Inferior do Tejo e do Sado. As preocupações ambientais do Hotel Quinta da Marinha Resort passam ainda pela recolha dos óleos usados, separação dos resíduos, utilização de lâmpadas de baixo consumo, aproveitamento das águas pluviais, em especial para a rega dos campos de golfe, e buggies eléctricos, entre outras.

Mais informações: www.onyriaresorts.com,
Tel.: 214 860 141



O QUE FAZER?

As férias podem ser muito mais do que banhos de sol e de mar. Parta à descoberta da natureza e do outro. No final, terá muitas histórias para levar na bagagem.



◀ EQUILIBRAR-SE

O Festival Zimp apresenta-se como o primeiro festival de saúde natural, ecologia e artes. Fruto da vontade do director do Instituto Macrobiótico, Luís Varatojo, decorre de 3 a 9 de Setembro no Zmar, Eco Resort & Spa, na Zambujeira do Mar. Yoga dinâmico, biodança, workshops de hortas biológicas, receitas saudáveis ou de feng shui, entre muitos outros, animam estes dias de Verão.

Mais informações: www.e-macrobiotica.com/festival_zimp/inscreva-se.



DESCOBRIR ▶

Empresa de ecoturismo e turismo equestre no Parque Nacional Peneda Gerês, a Ecotura organiza dias de férias em contacto estreito com a natureza em território do lobo. Programas de cinco ou oito dias para crianças e adultos com passeios por caminhos milenares, observação de aves, saídas nocturnas para observação de animais, banhos de rio, passeios em noites de lua cheia...

Mais informações: www.ecotura.com/ProgramasPedestres.htm#feriasnatureza.



◀ AJUDAR

A jornada Aventura Solidária da AMI permite aos participantes co-financiar e envolverem-se num projecto de desenvolvimento social. A próxima edição decorre na Guiné-Bissau, de 23 de Novembro a 1 de Dezembro. Geralmente a AMI organiza três aventuras por ano, em Abril/Maio, Junho e Novembro. Além da Guiné-Bissau, decorrem no Brasil e Senegal, sempre em parceria com ONG locais. Ao longo de nove dias os participantes dedicam, de início, quatro horas a um trabalho voluntário, como construção ou melhoramento de uma escola, ou preparação de uma horta comunitária. A estadia inclui ainda visita a locais de interesse cultural, caminhadas, workshops de artesanato...

Mais informações: www.ami.org.pt (secção Junte-se à AMI).



◀ VER

A Sociedade Portuguesa para o Estudo das Aves (SPEA) e a empresa Ecoceanus organizam passeios à descoberta da avifauna do canhão de Portimão. A bordo de um catamaran e na companhia de um guia especializado em aves e dois biólogos marinhos, é possível avistar pardelas, moleiros, gansos-patolas e andorinhas do mar. O passeio pode ainda proporcionar o encontro com golfinhos, baleias, tubarões e tartarugas. Dias 19 de Agosto e 9 de Setembro.

Mais informações: www.spea.pt.

DESFRUTAR ▶

A viagem de barco até às Berlengas impõe respeito – pelo menos não se livra da fama de provocar enjoos e náuseas –, mas a beleza desta Reserva Natural justifica o sacrifício. Berlenga Grande, Estelas e Farilhões formam este arquipélago. As visitas centram-se na primeira, ilha polvilhada por meia dúzia de casas de famílias de pescadores e um restaurante aberto nos meses de Verão. Muito procurada por adeptos do turismo natural, foi considerada pelo jornal britânico *Times* como o local de campismo mais “cool” da Europa, em 2009.

As Berlengas são refúgio para diversas espécies botânicas e aves marinhas, entre as quais o airol *Uria aalge*, semelhante a um pequeno pinguim, símbolo da Reserva Natural. Outrora muito comum, encontra-se hoje em acentuado declínio.

Mais informações: <http://portal.icnb.pt>.



◀ APRENDER

Na praia ou no campo, de dia ou de noite, a ciência também se descobre durante as férias. Seguir o trilho do lobo-ibérico, conhecer o interior de uma barragem, compreender a dinâmica de uma duna, visitar o interior de um farol ou admirar a fauna e flora de estuários e jardins são algumas das muitas propostas da iniciativa Ciência Viva no Verão. A edição deste ano começou no passado dia 15 e prolonga-se até 15 de Setembro em vários pontos do país. Um sem fim de actividades nas áreas da astronomia, biologia, engenharia, geologia, faróis e castelos. A participação é gratuita, mas algumas acções exigem inscrição prévia.

Mais informações: www.cienciaviva.pt.



A PEDALAR PELO PLANETA

VOZ DAS MANHÃS DA ANTENA 3, ANA GALVÃO SEGUE À RISCA UM SEM FIM DE CUIDADOS ECOLÓGICOS. E SEM ESFORÇO. É TAMBÉM COM ESSA LIGEIREZA QUE TROCA O CARRO PELA BICICLETA – MENOR PEGADA, MAIS AMBIENTE.

Texto Teresa Violante

Fotos Filipe Pombo/AFFP

A viver na Linha de Cascais, Ana Galvão já foi para os estúdios da rádio onde trabalha, em Lisboa, de bicicleta. Mesmo com um comboio pelo meio, a distância ainda é considerável. Agora, mãe de um filho com três anos, isso não é possível. “Ainda”, acrescenta a locutora da Antena 3. Para já desloca-se de carro, mas apenas para deixar o filho na ama, ir para o trabalho e levar o filho de volta a casa. Depois estaciona a viatura e não volta a utilizá-la. Ana usa e abusa das duas rodas: é de bicicleta e mochila às costas que vai ao supermercado. “Só ao ligar o carro já estamos a poluir, a gastar gasolina, a consumir recursos naturais”.

Com apurada consciência ambiental, Ana Galvão adoptou com naturalidade um sem fim de práticas ecológicas. Mas as mais importantes, sublinha, são as mentais – afinal, é essa mudança interior que dita o sucesso de todas as outras. E, assim, gestos tão benéficos para o ambiente como optar por lâmpadas de baixo consumo, reciclar ou usar água de forma racional, saem-lhe de forma espontânea. Na hora de ir às compras a locutora leva os próprios sacos e dispensa embalagens ou plásticos. “Em sítios onde não temos de pesar os vegetais antes de ir para a caixa, porque pô-los em sacos?”, interroga.

Anti-desperdício, de materiais a alimentos, Ana ficou impressionada quando soube os valores médios de produção de lixo em casa. “Produzimos um quilo por pessoa, em média”, refere. Por isso é tão criteriosa nas escolhas que faz e que tenta já incutir no filho.

“Ele aprende com a imitação – não vale a pena dizer e não fazer. Se uma criança crescer com esses cuidados fará sempre menos lixo”.

O que também tem elevado impacto no planeta é a pecuária, responsável por mais emissões de gases com efeitos de estufa do que o sector dos transportes, segundo a Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação. Por isso Ana deixou de comer carne. “A pegada ecológica é brutal”, diz, referindo-se ao elevado consumo de água para produção de cereais para os animais, à quantidade de cereais que assim não se destinam à dieta humana – “dava para alimentar milhares de pessoas” –, ao uso de pesticidas e às deslocações associadas para transporte de alimentos e animais. Também não compra produtos exóticos como mangas ou papaias. As escolhas alimentares de Ana cabem na resposta à seguinte pergunta: “O que é que o sítio onde vivo me dá?”. Os benefícios dessa opção nota-os, desde logo, na saúde: “Há alimentos que me dão mais energia”.

E energia não lhe faltou para enveredar numa aventura dias depois da entrevista à RECICLA: rumar de Lisboa a Badajoz de bicicleta. A ideia partiu do engenheiro de estradas Paulo Guerra dos Santos, com o objectivo de mostrar as ecovias portuguesas. “Decidimos fazer isto com intuito sustentável. Vamos ver o país como não costumamos vê-lo, porque quando viajamos só vemos a partida e a chegada”. Ana foi à descoberta das belezas que se encontram pelo meio. **R**

Locutora da Antena 3, Ana Galvão viajou de bicicleta de Lisboa a Badajoz. Objectivo? Apelar ao uso da bicicleta, mostrando a beleza das ecovias nacionais



PEQUENOS GESTOS

AMIGOS INSEPARÁVEIS

Uva foi adoptada em Janeiro, recolhida em Borba. “Foi baleada por caçadores, por isso perdeu um olho e tem o corpo cheio de chumbos”. Núria faz parte da família desde 2001. Ana Galvão tem ainda uma gata, peixes e no dia em que falou à RECICLA cuidava de dois borrachos que tinham caído no jardim.



LOCAL É BOM

Sem fundamentalismos, Ana segue uma dieta que respeita o planeta. Por isso deixou de comer carne, não contribuindo para o elevado impacto ambiental do sector pecuário. Foi uma escolha fácil: afinal, o princípio que a motiva é “tão grande”.



TUDO SE TRANSFORMA...

Contra o desperdício, a locutora da Antena 3 aproveita (e reaproveita) garrafas, garrafões, frascos, etc., e dá-lhes novas utilidades.



...NADA SE PERDE

Com imaginação e habilidade, Ana Galvão prolonga a vida das peças de roupa. Quando alguma se estraga, faz pequenos arranjos à mão ou na máquina de costura.

SEMPRE A APRENDER

A dica foi-lhe dada via Facebook: “Quando nivelamos a temperatura da água antes de entrar no duche, essa água pode utilizar-se para a rega, por exemplo”. Dito e feito.

A MENINA DA RÁDIO

Natural de Madrid, Ana Galvão vive em Portugal desde 1988. Todos os dias, de segunda a sexta-feira, anima as manhãs da Antena 3, das 10:00 às 13:00. “Vou fazendo umas coisas na televisão, mas não acho que seja a minha profissão. O meu trabalho é mesmo a rádio”, diz. Por agora partilha com o marido, o humorista Nuno Markl, a escrita do argumento (uma estreia para Ana) e a representação do programa *Felizes para Sempre*, no canal Q. “É sobre as grandes generalidades das relações a dois. Despedaçamos o casamento e pegamos em coisas que, na generalidade, acontecem na vida a dois, quando um elemento é masculino e o outro feminino”, resume. Em Setembro, Ana Galvão participará no Festival Zimp, organizado pelo Instituto Macrobiótico, na Zambujeira do Mar, como uma dos convidados especiais.



DE MÃO EM MÃO

CADA VEZ MAIS PESSOAS COMPRAM PRODUTOS EM SEGUNDA MÃO OU TROCAM ENTRE SI ARTIGOS DE QUE JÁ NÃO PRECISAM. SEM PRECONCEITOS, COM MUITO ESTILO E APURADO SENTIDO ECOLÓGICO.

Texto Teresa Violante

Fotos AAFP (exceto onde indicado)

Livros, roupa, cd, dvd e vinil – vale tudo. Nas acções Troca-te!, promovidas pelas amigas Teresa Simões e Adriana Fernandes, os participantes trocam entre si artigos em bom estado. A ideia surgiu quando Teresa regressou da Alemanha, onde teve contacto com um estilo de vida assente em mercados de artigos em segunda mão e sites de trocas. Em Portugal constatou que “trocar ou mesmo reutilizar eram termos pouco usados”. Em conversa com Adriana, surgiu a ideia de criarem o Troca-te!, “projecto onde é possível criar espírito de comunidade, especialmente offline, onde as pessoas se encontram e trocam ideias, aliado ao lado prático da troca de objectos que já não nos são uteis”, resumem. Depois de um teste em casa apenas para amigos, “tornámos o Troca-te! público”. Cada edição é centrada apenas numa área, promovendo a troca entre o mesmo tipo de artigos. “É um evento gratuito em que através de um sistema de senhas é eliminada a negociação na troca”, diz Teresa Simões. As pessoas levam artigos de casa em bom estado e recebem uma senha com o número equivalente de produtos que podem trocar, até um valor máximo pré-definido. Os participantes são convidados a entregar mais artigos do que o máximo estabelecido, uma vez que todas as acções associam-se a uma instituição de solidariedade, que receberá o excesso de bens não trocados. O número de participantes não pára de crescer – a

OPTAR POR BENS USADOS, MAS EM BOM ESTADO, REDUZ O CONSUMO DE MATÉRIAS-PRIMAS E AS EMISSÕES DE CO₂

primeira edição teve 20 pessoas, a quinta 130 – e deixam propostas para futuras acções: artigos de decoração, pequenos electrodomésticos, bens para crianças, material escolar... Teresa e Adriana surpreenderam-se com “a qualidade de muitas coisas trocadas” e quantidade de artigos entregues, “entre 200 a 700, dependendo do evento”. Sustentabilidade é o mote do Troca-te!, que entretanto se tornou marca registada: “Pelo incremento da troca em detrimento da compra há um resultado óbvio na diminuição da produção e consequente redução do consumo de recursos”, diz Adriana. As duas amigas, que desenvolvem estas acções de forma voluntária, estão a estabelecer parcerias com autarquias e outras entidades para realizar este evento noutras cidades, além de Lisboa.

MODA ECO

É também na capital, num dos locais mais *cool* do momento, a Lx Factory, que decorre todos os domingos o Lx Market. Mercado de rua, tem uma oferta muito variada: “Roupa em segunda mão, roupa nova e acessórios, artigos *vintage*, decoração, antiguidades, cerâmica, livros, ilustrações, quadros e também produtos artesanais feitos pelos próprios vendedores...”, enumera Teresa Lacerda, coordenadora deste encontro, que reapareceu há seis meses com nova organização. O que mudou? Desde logo o processo de participação dos vendedores foi simplificado, ao

O Espaço Sou, em Lisboa, acolheu as primeiras edições do Troca-te!. Este mês, o projecto de Adriana (à esq.) e Teresa integra as festas de inauguração do Largo do Intendente, na capital





Luís Piteira/AFP

Nas lojas A Outra Face da Lua, em Lisboa, é possível adquirir roupa *vintage* e em segunda mão. Afinal, estilo rima com ecologia



Foto Cedida

Com o mote “Segunda mão de primeira”, o Lx Market oferece um sem fim de artigos, procurados por um público muito diversificado

mesmo tempo que se garante maior diversidade da oferta. Além disso, o mercado conta com animação, ao cuidado de DJ, grupos de dança, entre outros, e presença de associações de solidariedade social que apresentam o seu trabalho e angariam apoios. O Lx Market pisca o olho a pessoas muito diferentes, atraídas pela vontade de encontrarem produtos *trendy* e a bom preço. “Segunda mão de primeira” é o mote deste

encontro domingueiro. “Cada vez mais existe preocupação de sustentabilidade e o ‘re-use’ é uma realidade para muitas pessoas que vendem artigos em segunda mão”, afirma Teresa Lacerda. Vantagens não faltam, quer para quem vende, quer para quem compra. “As pessoas vendem o que já não querem. Negociando artigos em segunda mão é possível realizar dinheiro sem ter de fazer investimento. Comprar em segunda mão é mais

e acessórios em segunda mão e peças *vintage* são a oferta principal deste espaço criado por Carla Belchior. Depois da loja na Baixa, o conceito estendeu-se a outra na Almirante Reis. “Na Baixa vendemos mais roupa dos anos 70 e 80, mas também alguma dos anos 90. Na loja da Almirante Reis vendemos roupa usada, mas actual, fundamentalmente marcas como G-Star, Levi’s, Boss, etc.”, diferencia. Qualidade, corte, padrões e época são critérios fundamentais na selecção das peças. “Em comparação com a maioria da roupa nova que hoje é confeccionada sob enormes dúvidas quanto à ética da sua produção, a roupa em segunda mão é um dos produtos mais amigos do ambiente”, afirma Carla Belchior. Tendência que conquista adeptos: “Nota-se maior disponibilidade de pessoas mais jovens para vestirem roupa em segunda mão, mas há muitos idosos que sabem reconhecer a qualidade dos materiais da roupa mais antiga”, diz a mentora de A Outra Face da Lua. Preparado para mudar hábitos de consumo? **R**

MAS HÁ MAIS

Existem muitas outras lojas e iniciativas:

- ROSA CHOCK: Roupa em segunda mão e reciclada (Rua do Almada 225, 1ºE, e Rua Formosa, 170, Porto)
- BOOKCROSSING: Partilha de livros a nível global (www.bookcrossing-portugal.com)
- TROCAS DE AMOR: Rede de trocas, via Facebook, de bens para ceder ou emprestar.
- BANCO DO LIVRO ESCOLAR: Movimento pela reutilização dos manuais escolares (<http://pt-br.facebook.com/Banco.do.livro.escolar>)

MAIS BARATOS, OS BENS EM SEGUNDA MÃO OFERECEM O PRAZER DE DESFRUTAR DE UMA PEÇA DE OUTROS TEMPOS

barato, mas para além desta razão óbvia e muito atraente, temos ainda o prazer de descobrir uma peça que já não se encontra em lado algum, a edição antiga de um livro, o disco vinil que sempre se quis ter”. Prazer que A Outra Face da Lua, também em Lisboa, oferece aos apaixonados por moda. Roupa



BROMPTON

Transporte pessoal desde 1976.



Escolha um caminho diferente,
todos os dias. Vá de bicicleta.



Consulte todas as configurações no catálogo, disponível online ou na loja.



Av. do Colégio Militar, nº 40 A (frente ao nº153)
1500-275 Lisboa GPS: N38° 45.432 W009° 11.121
www.lojadasbicicletas.com ldb@lojadasbicicletas.com
Tel. 217 163 759 Facebook: LDB Loja das Bicicletas

Se apresentar esta revista na Loja das Bicicletas até 31/10/2012, terá um desconto de 5% em todas as bicicletas e acessórios. Código: Y1AP-XW33-AQGW-EOCC

A FELICIDADE TAMBÉM SE APRENDE

A FELICIDADE E O OPTIMISMO TÊM IMPACTOS PROFUNDOS NAS NOSSAS VIDAS: MELHORAM A SAÚDE, POTENCIAM AS CAPACIDADES COGNITIVAS, AUMENTAM A LONGEVIDADE, ENTRE OUTRAS VANTAGENS. A MISSÃO DE HELENA MARUJO, ESPECIALISTA EM PSICOLOGIA POSITIVA, É PÔR ESTES CONHECIMENTOS AO SERVIÇO DOS CIDADÃOS.

Texto Miguel Amaral Monteiro

Fotos Filipe Pombo/AFFP

Numa altura em que a esperança não abunda e os motivos de alegria escasseiam, importa lembrar que o optimismo aprende-se e a felicidade treina-se, como demonstram inúmeros estudos científicos. Helena Marujo, professora universitária doutorada em Psicologia na área de Psicoterapia e Aconselhamento Educacional, é especialista em Psicologia Positiva. “A minha missão é divulgar as conclusões da psicologia positiva, de modo a que sejam úteis para as pessoas”, afirma. E é o que tem feito nos últimos dez anos. “Organizámos centenas de formações pelo país e centenas de milhares de pessoas passaram pelos workshops que realizámos a convite de escolas, associações de pais, sindicatos de professores, câmaras municipais, empresas e profissionais da saúde”, conta a autora de *Educar para o optimismo: Guia para professores e pais* (1999) – que vai para a vigésima edição – e co-autora de *Positiva-mente* (2011), entre outros. O resultado destes encontros é uma rede de cidadãos prontos a transformar as comunidades onde se inserem. “Isto cria ondas e abre brechas mesmo onde há menos esperança e confiança. Inevitavelmente chegará aos que nos governam, como já acontece em França e Inglaterra”, nota Helena Marujo.

Desde cedo abraçou a missão de melhorar a vida dos outros. Como é que tudo começou?

Fui muito influenciada pela minha família. O meu avô

materno vivia com muita alegria, sentido de humor, e até poesia – escreveu a vida dele em verso para o meu filho mais velho ler quando crescesse. Nas festas de Natal batia à porta das pessoas com quem se tinha zangado durante o ano, para pedir desculpa. Lembro-me de estar de férias na Nazaré, na casa onde nasci, e de ir lá gente em dificuldades financeiras pedir ajuda ao meu avô, e outros que perderam objectos, que pediam à minha avó para rezar o responso a Santo António. Com o meu pai aprendi a respeitar e a preocupar-me com os outros. Este conjunto de valores levou a que, desde muito cedo, quisesse seguir Psicologia, a que me envolvesse em projectos de voluntariado ligados a crianças e jovens com deficiência, e a que trabalhasse em bairros sociais.

Em 1995, ano em que se doutorou, realizou um estudo com 2.200 crianças e jovens de escolas particulares, dos 8 aos 18 anos, e concluiu que apresentavam taxas depressivas superiores à dos jovens espanhóis e norte-americanos. Qual era a razão?

Os alunos sentiam-se muito pressionados pelos pais e professores para terem sucesso escolar. Achavam que se falhassem nesse propósito deixariam de ter valor como seres humanos. Outra era a previsão muito pessimista quanto ao futuro. Achavam que seria difícil e tinham muito receio.

“A minha missão é divulgar as conclusões da Psicologia Positiva, para que sejam úteis à vida das pessoas”, afirma Helena Marujo, professora no Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade Técnica de Lisboa





“Para manter um casamento feliz precisamos de cinco coisas positivas por cada negativa que acontece”, refere Helena Marujo, especialista em Psicologia Positiva

Os resultados seriam diferentes no ensino público?

Não sei. Nunca recolhi dados no ensino público. Estes resultados mobilizaram-nos para tentarmos perceber o que se passava a nível cultural, já que a situação ocorria em várias escolas. Então, procurámos na história nacional algo que explicasse estes sentimentos. A escritora norte-americana Susan Weitzman diz que o terramoto de 1755 foi o fim do optimismo na cultura ocidental. Daí que o “estar bem” nunca é um estado de segurança – estamos sempre à espera que algo corra mal.

Actualmente a situação dos estudantes piorou ou melhorou?

Não repeti o estudo. Foquei-me em combater esse lado cultural pessimista. Estava com o meu marido, Luís Miguel Guilherme, nos Estados Unidos – ele a fazer o doutoramento e eu como investigadora – quando Martin Seligman publicou *O Optimismo Aprendido*. Seligman construiu programas que aumentaram o optimismo e a resiliência nas crianças. Trouxemos essa metodologia para Portugal com o intuito de testar na nossa cultura, como instrumento preventivo do pessi-

mismo nas escolas. E foi assim que comecei a trabalhar o optimismo.

Estuda-se a felicidade há 30 anos, mas o conhecimento acumulado tem pouca divulgação. Concorda?

Sim, mas está a aumentar. Os *media* estão cada vez mais interessados no rigor da ciência como forma de aumentar a consciência e a reflexão das pessoas sobre a vida. Por outro lado, as universidades perceberam

“PROVOCA-ME EMOÇÕES ESPECIALMENTE POSITIVAS JUNTAR A CIÊNCIA COM A ARTE”

– nem que seja por razões financeiras – que têm de deixar de ser as tradicionais torres de marfim e que têm de ligar-se a empresas e estabelecer redes de parceria. E o público também exige mais informação, porque tem atracção pelo conhecimento científico. Não concebo uma ciência que não tenha utilidade. Trabalho para uma universidade pública e sou paga para investigar, ensinar e formar. Por isso tenho de devolver algo à sociedade. Não

posso estudar assuntos que não impactem a vida das pessoas, nem limitar-me a fazer investigação que sirva a minha carreira académica.

No trabalho precisamos de três coisas positivas para superar uma negativa. O número sobe para cinco se o episódio negativo ocorre no casamento. Porquê esta diferença?

A norte-americana Barbara Fredrickson e o sul-africano Marcial Losada identificaram esse rácio de positividade no contexto das empresas. O rácio diferencia as equipas que estão em florescimento, produtivas e com níveis de bem-estar elevados, das que estão apáticas e desmotivadas. Os dados sobre o casamento são do norte-americano John Gottman. Uma das explicações para a diferença é que, nas relações mais íntimas, o negativo pesa e dói mais.

Estudos indicam que emoções positivas diárias permitem viver mais dez anos. Que emoções positivas vive no dia-a-dia?

A cada minuto entusiasma-me o amor pela aprendizagem, saber mais, ler e conhecer. Provoca-me emoções especialmente positivas juntar a ciência com a arte. No mundo artístico há cada vez mais gente

A investigadora concluiu que não se é mais feliz por ter, ou por não ter, animais em casa.

Mas não ficou convencida. “A avaliação depende da forma como a pergunta é feita”

a contactar-nos para fazermos projectos em conjunto.

Depois sinto muita alegria por estar perto de quem amo, e por fazer parte de grupos de gente especial. Este ano criámos o mestrado de Psicologia Positiva Aplicada no Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (ISCSP-UTL). Os 37 inscritos são seres humanos muito especiais, pela vontade de aprender, criatividade e capacidade de mobilização. É extasiante ir para as aulas.

Concluiu, com o seu marido, o primeiro estudo realizado no âmbito do Instituto da Felicidade, no qual caracterizaram a felicidade auto-avaliada na população portuguesa. Descobriram que ter animais ou crianças não interfere com o nível de felicidade. Surpreendeu-a?

A base do estudo foi um questionário desenvolvido pelo professor

“90% DOS INQUIRIDOS DIZEREM QUE EM PORTUGAL NÃO PODEM DAR O SEU MELHOR NO TRABALHO SURPREENDEU-ME PELA NEGATIVA”

Carmelo Vázquez, da Universidade Complutense de Madrid, já aplicado em sete países. Analisámos as respostas e publicámo-las em livro. O caso dos animais é como a história do Sol. Se perguntarmos “É importante para ser feliz?”, a resposta é “sim”. Mas se perguntarmos “O que o faz feliz?”, ninguém refere “o Sol”. Quanto aos filhos, alguns estudos indicam que as crianças diminuem os níveis de felicidade, e outros, que aumentam. Os filhos podem ser a maior alegria, mas



também a maior preocupação. Um dado que me entusiasmou foi os portugueses terem níveis de felicidade eudaimónica superior ao registado noutros países. Esta felicidade está relacionada com o sentido da vida e com o desenvolvimento pessoal. O facto de 90% dos inquiridos dizerem que em Portugal não é possível darem o seu melhor no trabalho surpreendeu-me pela negativa. Estamos a analisar a melhor forma de alterar a situação.

Conhece bem Lisboa, Braga, São Miguel e Massachusetts (Estados Unidos). Onde é que as pessoas são mais felizes?

Não consigo responder. Aquilo que mobiliza a felicidade varia de cultura para cultura. Os norte-americanos associam-na a experiências emocionais de grande intensidade, mas noutras culturas valoriza-se a sensibilidade e a interioridade.

E tirando Massachusetts da lista...

Gosto de ver os lisboetas a aproveitarem o espaço público para estarem em contacto com a natureza e fazerem exercício. Em Ponta Delgada trabalho sobretudo com populações que vivem em condições de pobreza. É mais difícil encontrar razões de felicidade quando as necessidades básicas não estão defendidas, não se tem roupa para dar aos vários filhos e casa condigna, ou se está desempregado. Mas também conheço profissionais que lutam ali, todos os dias, com paixão assolapada, para melhorar a vida das pessoas. E encontrei senhoras com rendimento social de inserção que me deram lições de vida, autênticos murros no estômago. Uma delas contou-me que encontra capacidade de ser feliz no sorriso de um filho com deficiência. Esta mulher esteve um mês a acompanhar o irmão no hospital.



“A felicidade alarga as capacidades pessoais, até do ponto de vista cognitivo”, defende a co-autora de *Positiva-mente*

Nesse período registou as estratégias que usou para o fazer rir, para que aquele fim fosse o melhor possível. Ela tem 38 anos, é vítima de violência doméstica, adoptou três crianças e recentemente teve um AVC. E ofereceu-me o que escreveu com a perspectiva de que poderá ser útil a alguém...

Gabriel Leite Mota, doutorado em Economia da Felicidade, disse que, para os portugueses serem mais felizes, há que mudar variáveis ao nível da qualidade governativa, isto é, melhorar a qualidade das instituições públicas e estatais, e baixar os níveis de corrupção. Tem esperança que isto aconteça?

Sim. Os dados de investigações começam a ser usados em políticas públicas. Em Junho estive num programa na televisão onde se discutiu a Felicidade Interna Bruta como alternativa ao Produto Interno Bruto. O representante do Instituto Nacional de Estatística disse que tinha condições para avaliar este indicador, mas o do Banco de Portugal disse que não era prioritário. O importante é já se falar no assunto.

Mas para o cidadão é difícil aguardar por alterações na qualidade

governativa. A cada semana a descrença aumenta...

Sim, é verdade, mas a cada semana também há mais cidadãos a intervirem. Um grupo de jovens em Leiria criou o Happiness Club onde convidam várias entidades para falar sobre estes assuntos, desde responsáveis municipais à polícia. Também na zona centro, em 2011, cinco jovens criaram uma empresa para viabilizar e reactivar produtos tradicionais da região. Apresentaram candidaturas à União Europeia no valor de milhões de euros e contactaram-nos para um projecto de formação sobre sustentabilidade, no âmbito da psicologia positiva. Além disto, mobilizaram 50 emigrantes oriundos daquela zona do país, que actualmente estão em

“SOU FELIZ, MAS NUM TRABALHO DIÁRIO DE CONSTRUÇÃO DA FELICIDADE. NÃO É NATURAL EM MIM, MAS É ALGO QUE BUSCO NO MEU SENTIDO DE MISSÃO, E NA MANEIRA COMO ME APAIXONO POR AQUILO EM QUE ACREDITO”

cargos de chefia no estrangeiro, e criaram um grupo que já dinamiza projectos na região. Isto cria ondas na sociedade e chegará a quem governa, nem que seja por arrasto. Em 2011 as Nações Unidas (NU) emitiram uma resolução onde apelam a que os países promovam a felicidade dos seus cidadãos e, este ano, o movimento Action For Happiness realizou uma conferência na sede das NU, em Nova Iorque. Quando os cidadãos estiverem mais informados criarão outros movi-

mentos *bottom up*, que são o que a sociedade mais precisa.

O desemprego é uma das experiências de vida que mais afecta a felicidade. Que conselho dá a quem está nesta situação?

Não ficar em casa. Juntar-se a grupos na comunidade e a projectos, mesmo que não tenham retorno financeiro. Assim cria-se uma rede e, a partir dela, será mais fácil pensar em soluções. Também é importante viver experiências emocionais positivas (brincar com os filhos, passear, etc.), pois ajuda a perspectivar o futuro. A felicidade alarga as capacidades pessoais, até do ponto de vista cognitivo.

Tem um podómetro e diz que a diferença entre a doença e a saúde são 10 mil passos diários.

Quantos passos dá por dia?

Varia muito. É claramente algo que tenho de melhorar na minha vida. Quando chego a casa, nem que seja às 21h ou 22h, vou com o meu marido passear o cão. O interesse nestas áreas está a crescer e temos vários projectos a decorrer em diferentes contextos. Às vezes não tenho tempo para dormir... Mas subo as escadas no trabalho e ando a pé sempre que posso, até porque tenho de ser o que apregoo.

É feliz?

Sou. Num trabalho diário de construção da felicidade. Não é algo natural em mim, mas que busco no meu sentido de missão, e na maneira como me apaixono por aquilo em que acredito, o que me leva a correr riscos, como sair da universidade onde estava há 30 anos para criar uma formação pós-graduada de excelência, que era o meu sonho. **R**

ATENÇÃO AO FRIGORÍFICO!

O ELECTRODOMÉSTICO QUE CONSUME MAIS ENERGIA NA MAIORIA DAS CASAS PORTUGUESAS É O FRIGORÍFICO. NO VERÃO O CONSUMO AUMENTA PELO CONSTANTE ABRIR DA PORTA, POIS ALÉM DAS BEBIDAS FRIAS, ALI GUARDAMOS ALIMENTOS, COMO PÃO OU FRUTA, PARA QUE NÃO SE ESTRAGUEM COM O CALOR. EIS ALGUMAS DICAS PARA POUPAR.

Texto Miguel Amaral Monteiro

Foto Thinkstock

1 - Modelo

O frigorífico é responsável por cerca de 32% da factura da electricidade. Opte por um modelo classe A+ ou A++. Poupa dinheiro e energia. Mas atenção: escolha um equipamento adaptado às suas necessidades, em termos de tamanho e desempenho. Um frigorífico de classe A de 300 litros pode gastar mais electricidade do que um de 100 litros de classe G.

2 - Localização

Escolha um local fresco e ventilado, afastado da janela e de fontes de calor.

3 - Limpeza

Descongele-o antes que a camada de gelo atinja três milímetros de espessura – pode poupar até 30% de energia! Pelo menos uma vez por ano limpe a parte traseira do aparelho.



4 - Alimentos

Não coloque alimentos quentes no frigorífico. Quando tirar um alimento do congelador, descongele-o no frigorífico em vez de no exterior. Terá ganhos gratuitos de frio. Um congelador cheio gasta menos energia. Por curiosidade, saiba que para fazer gelo de forma mais rápida deve colocar água morna, e não fria, no congelador (Efeito Mpemba). Isto acontece porque quando se coloca água fria forma-se uma camada de gelo na superfície do líquido, o que dificulta a troca de calor.

5 - Portas

Antes de abrir a porta decida que artigos quer retirar do frigorífico. Assim, abrirá a porta menos vezes e gastará menos energia. Certifique-se de que as borrachas das portas estão em boas condições e que fecham bem.

6 - Termóstato

Mantenha a temperatura de 5°C no frigorífico e de -18°C no congelador.

ECO-EMPREENDEDORES

UMBIGO DO MUNDO

DE DOIS EM DOIS ANOS, POR OCASIÃO DO LUAR DE AGOSTO, O BOOM FESTIVAL REÚNE GENTE DOS VÁRIOS CANTOS DO PLANETA PARA CELEBRAR A VIDA E A NATUREZA, COLOCANDO A CULTURA AO SERVIÇO DE UM MUNDO MELHOR.

Texto Teresa Violante

Fotos Cedidas

Multicultural, trangeracional, intercultural e sustentável, o Boom Festival acolhe participantes oriundos de mais de 90 países

É certo e sabido, não há Verão sem festivais. Mas nem todos vivem de cartazes com nomes sonantes do mundo da música. O Boom Festival, na Herdade da Granja, em Idanha-a-Nova, afasta-se do *mainstream* e assume-se como o maior festival português sem patrocínios. Mais: é um dos mais conceituados eventos multidisciplinares de cultura independente do mundo. A tudo isto junta-se uma forte componente ambiental, um dos eixos deste grande encontro que ocorre durante o luar de Agosto. O evento surgiu em 1997 e realiza-se de dois em dois anos desde 1998.

“É um evento multicultural, transgeracional, intercultural e sustentável”, resume Artur Mendes, membro da organização do Boom Festival. E sem qualquer tipo de apoios, sublinha. “As receitas provêm da venda de bilhetes, bares, aluguer de espaços”. Não é tarefa fácil, mas a aposta em parcerias ajuda a pôr o projecto de pé. Isso e os milhares de pessoas de todo o mundo que acorrem a Idanha-a-Nova. Até ao fecho desta edição os bilhetes vendiam-se a bom ritmo, com a participação de

pessoas provenientes de 92 países. As expectativas apontam para a presença de 20 a 21 mil participantes para celebrar a vida, a natureza e a união. “Cultura feita de pessoas para pessoas”, resume Artur Mendes. Destinado a gente de *free spirit*, o Boom Festival oferece um ambiente oposto ao da sociedade moderna: em vez de competição fomenta a colaboração; a tolerância em detrimento do racismo. Objectivo? “Ver no outro alguém idêntico a si”, diz o elemento da organização que falou com a RECICLA.

BOM AMBIENTE

O Boom assume-se não só como o festival mais internacional em Portugal, como um dos que, a nível mundial, tem maiores preocupações ambientais. E a cada edição oferece mais soluções que contribuem para a diminuição





da sua pegada ecológica. Este ano “um quarto do festival é fora da rede, independente energeticamente”, afirma Artur Mendes. Para tal, conta com painéis fotovoltaicos, fruto da parceria estabelecida com a empresa BioEspaço, de Castelo Branco, e o reaproveitamento de óleo vegetal usado. A acção “O seu óleo é música”, lançada em 2008, tem o apoio da autarquia de Idanha-a-Nova e passa pela recolha do óleo em domicílios e organismos públicos das freguesias do concelho. Depois de decantado e filtrado, transforma-se em biocombustível. Graças a esta forma de energia alternativa, e a um mês do evento, em plena fase de montagens e preparativos finais, “ainda não usámos geradores fósseis; não estamos a usar os combustíveis tradicionais”, confessou Artur Mendes à RECICLA. Só em 2008 foram recolhidos 45 mil litros de óleo vegetal, que evitaram a emissão de 117 toneladas de CO₂ para a atmosfera. O Boom 2010 contou com 15 mil litros de óleo vegetal.

Mas há mais. A organização promove o uso eficiente e responsável da água, garantindo ainda o controlo e tratamento de todas as águas residuais do evento (restaurantes, cozinhas instaladas no evento e duches). Tecnologia desenvolvida pelo Ecocentro IPEC – Instituto de

DE DOIS EM DOIS ANOS, MAIS DE 20 MIL PESSOAS ACORREM A IDANHA-A-NOVA PARA CELEBRAR A VIDA E A NATUREZA

Permacultura e Ecovilas do Cerrado, no Brasil, através de medidas de evapotranspiração e inserção de minerais e plantas aquáticas, assegura o correcto tratamento das águas, que depois são devolvidas ao ciclo hidrológico do território. Outra eco estratégia do festival passa pela instalação de casas de banho sustentáveis, com recurso à vermicompostagem e sem utiliza-

ção de água ou químicos. Foram introduzidas em 2006 e na última edição, há dois anos, o Boom foi o primeiro festival do mundo a ter saneamento com 100% de wc ecológicos. Ao longo do evento os participantes são convidados a consumir de forma consciente e a colaborar com a Ecoteam, grupo de pessoas que faz do festival um exemplo de limpeza. Reduzir, reutilizar e reciclar são palavras de ordem que ali ganham vida através de pequenos gestos do dia-a-dia.

ENCONTRO DE ESPERANÇA

A política ambiental do Boom Festival é vasta e passa ainda por medidas como utilização de lâmpadas LED na rede de iluminação pública e nas instalações de arte, ou o projecto Boom Lab. Criado em 2010, este espaço de investigação desenvolve unidades fixas e móveis de energia solar. Até ao momento foram construídas cinco estações solares que geraram cerca de 23 Kw/hora por dia. No recinto do festival não existe poluição



Muitas das soluções ecológicas apresentadas no Boom Festival podem ser replicadas na sociedade – a cultura ao serviço das pessoas

visual – não há logos nem outros materiais de *merchandising*. E este ano, tal como na edição anterior, repetiu-se uma parceria com o Rock in Rio Lisboa, reaproveitando desperdícios dessa grande festa. No total, em 2010, o Boom reutilizou mais de 86 toneladas de materiais, entre ferro, madeira, linóleo, vinil e acrílico, na construção das diferentes áreas do evento, o que evitou a emissão de 254 toneladas de CO₂.

Por tudo isto não admira que o Boom Festival tenha sido diversas vezes premiado. Em 2008 e 2010 recebeu o Greener Festival Award, com a distinção “Outstanding”, e venceu o European Festival Award, prémio Green’n’Clean, tendo sido considerado o festival mais ecológico da Europa em 2010. Além disso foi convidado pelas Nações Unidas para integrar a United Nations Music & Environmental Stakeholder Initiative, lançada em Março de 2010, programa que usa a popularidade da música para promover a consciência ambiental junto do público. Artur Mendes vê o festival de Idanha-a-Nova como “*show case* de tecnologia ambiental”, reforçando a ideia de que as técnicas ali apresentadas podem ser replicadas na sociedade. Nesse âmbito enquadra-se a bioconstrução que, através de materiais como fardos de palha, bambu, adobe e barro, dá a conhecer estruturas mais



amigas do ambiente. Um edifício natural é igual a uma peça de arte – eis o desafio lançado aos designers responsáveis pelas estruturas do Boom. “A cultura tem de dar ferramentas para as pessoas viverem melhor na Terra”, afirma o responsável do festival. E parece que o Boom cumpre essa missão junto de quem nele participa: “As pessoas procuram esperança”, diz Artur Mendes. Mas também junto da comunidade que o acolhe: estima-se que desde 2002 já gerou receitas de 15 milhões de euros para o concelho de Idanha-a-Nova. Sem destacar artistas ou workshops – “não é um festival de estrelas, é um festival de conceitos” – Artur Mendes elege antes a experiência que o evento proporciona. E revela o objectivo a médio prazo deste encontro: ser totalmente sustentável. Tudo indica que está no bom caminho. **R**

COORDENADAS BOOM FESTIVAL

- **Quando:** 28 de Julho a 4 de Agosto
- **Onde:** Idanha-a-Nova, Herdade da Granja
- **O quê:** Música, pintura, escultura, cinema, fotografia, meditação, debates, etc..
- **Como:** Após várias fases de venda, com preços especiais para desempregados, pessoas de países em desenvolvimento ou países europeus particularmente afectados pela crise (Portugal, Grécia, Irlanda e Espanha), já só é possível adquirir os bilhetes no próprio festival (180 euros).

Mais informações: <http://boomfestival.org>
info@boomfestival.org
 Tel.: 277 201 052

“Há situações em que se deve usar a palavra ‘verde’, mas há outras em que não. O importante é não utilizar sempre a mesma abordagem para que os consumidores não pensem que todo o marketing verde é igual”, explica Graceann Bennett, da Ogilvy



O VERDE JÁ ERA!

APESAR DOS MILHÕES GASTOS EM PUBLICIDADE, A MENSAGEM “VERDE” TEIMA EM NÃO PASSAR. SAIBA O QUE ESTÁ A FALHAR E O QUE SE DEVE FAZER PARA QUE A MAIORIA DOS CIDADÃOS ADOpte COMPORTAMENTOS E ESTILOS DE VIDA SUSTENTÁVEIS.

Texto Miguel Amaral Monteiro

Fotos Ceadas (excepto onde indicado)

Preocupamo-nos com o planeta e até sabemos o que fazer para protegê-lo, mas por inércia ou distração não alteramos comportamentos. Vários estudos confirmam esta análise. Em 2010 a Universidade George Mason e a Universidade de Yale analisaram as acções dos norte-americanos para poupar energia, reduzir resíduos e refrear o aquecimento global, e constataram, por exemplo, que 53% dos inquiridos considera importante desligar aparelhos eléctricos da corrente, mas não o faz. Em Portugal, e segundo o Eurobarómetro, no final de 2009 os portugueses estavam abaixo da média europeia em todas as acções individuais na luta contra as alterações climáticas – reciclar, diminuir o consumo de energia, comprar produtos locais, etc..

Voltando aos norte-americanos, dados de 2011 confirmam que 87% deseja actuar de forma sustentável, mas, destes, apenas 16% o faz. Estes resultados fazem parte de um estudo realizado por Graceann Bennett e Feya Williams, da Ogilvy, empresa de comunicação e marketing. As autoras, além de demonstrarem o fosso entre intenções e comportamentos reais, explicam porque existe esse fosso e mostram como encurtá-lo. Tudo isto encontra-se no livro *Mainstream Green* (Massificar o Verde), que Bennett apresentou em 2011 no Green Festival, Estoril.

Nos Estados Unidos há várias barreiras à adopção de hábitos sustentáveis, como a culpa que os consumidores mais informados sentem pelo impacto que causam no planeta. Outra é o preconceito e segregação social de que os “verdes” são alvo. Durante o estudo *Mainstream Green*, 15 cidadãos foram acompanhados diariamente. Um deles foi Erin, jovem mãe de Chicago, seguidora do veganismo. Um vizinho convidou-a para almoçar da seguinte forma: “É um churrasco, mas teremos lá um bocadinho de lama para ti”.

Por outro lado, à pergunta “O movimento verde é mais feminino ou mais masculino”, 82% dos inquiridos respondeu “mais feminino”. Esta percepção afasta os homens de atitudes sustentáveis, “como reutilizar sacos nas compras ou guiar um Toyota Prius”, notam as autoras. Carlos Oliveira, professor universitário, consultor de Branding e marketing e ex-presidente da Associação Portuguesa dos Profissionais de Marketing (APPM), confirma que, tanto em Portugal como lá fora, a preocupação com o ambiente assumiu carácter predominantemente feminino. “Em reuniões e conferências sobre este tema há sempre mais mulheres do que homens, quando deveria existir um equilíbrio. Por outro lado, muitas empresas em Portugal têm mulheres como responsáveis da área ambiental, de responsabili-



de social ou de sustentabilidade. São raros os homens nestas funções”, lamenta o ex-presidente da APPM, salientando que “não há qualquer razão para que estas temáticas não se dirijam aos dois sexos”.

No entanto, a barreira mais evocada pelos norte-americanos é o preço dos produtos ecológicos: “O custo mais elevado passa a mensagem ao consumidor médio de que estes produtos são para alguém sofisticado e rico, não para ele”, lê-se em *Mainstream Green*. À dificuldade financeira somam-se a desconfiança e a confusão dos consumidores. A desconfiança assenta, por exemplo, nos produtos que prometem e não cumprem – o chamado greenwashing. Para a confusão contribuem várias situações, como a proliferação de rótulos ambientais e conceitos difíceis de abarcar, como pegada ecológica. Por tudo isto a maioria dos cidadãos mantém-se à margem do “movimento verde”.

MUDAR DE PARADIGMA

“Nós, os marketers, não podemos resolver todos os problemas, mas podemos passar as mensagens de forma mais eficiente”, reconhece Graceann Bennett, directo-

“Devemos aprender com as campanhas de luta contra o cancro que se focam em três “P”: pessoal, plausível e positivo”, afirma a marketer Graceann Bennett

ra de planeamento estratégico. E explica: “As empresas lucraram com os consumidores de nicho, pelo que não fazia diferença se os marketers comunicavam, ou não, para toda a gente. O problema é que depois tentaram aplicar a mesma fórmula à generalidade da população”.

Para Carlos Oliveira, é importante consciencializar os directores de empresas para integrarem a sus-

UMA SONDADEGEM REVELOU QUE 82% DOS NORTE-AMERICANOS CONSIDERA O MOVIMENTO VERDE MAIS FEMININO DO QUE MASCULINO

tentabilidade nas estratégias de desenvolvimento. “Para a sustentação dos resultados financeiros muito contribuirá o repensar total das cadeias de valor, dos processos organizativos e das formas de produção, que precisam de ser

eficientes em termos de custos directos e indirectos, empresariais e sociais”, alerta.

SOLUÇÕES

Os produtos ecológicos devem responder à regra dos três “P”: pessoas, lucro (profit), planeta. Mas promovê-los com base nestes atributos é um erro. “Devemos aprender com as campanhas da luta contra o cancro, que se focam noutros três “P”: pessoal, plausível, positivo”, afirma Bennett. Assim, *Mainstream Green* apresenta 12 regras que, quando adoptadas por profissionais de diferentes áreas, massificarão os comportamentos sustentáveis (veja caixa). É certo que cada caso é um caso, ou seja, as autoras aconselham a não usar a palavra “verde” na mensagem publicitária, mas admitem que em certas campanhas tal aconteça. “O importante é não utilizar sempre a mesma abordagem, para que os consumidores não pensem que todo o marketing verde é igual”, conclui Bennett. **R**



A solução para massificar atitudes verdes passa por criar melhores produtos, como é o caso das calças Levi's Waterless, cujo fabrico poupa 28% a 96% de água

REGRAS PARA COMUNICAR A SUSTENTABILIDADE

O LIVRO *MAINSTREAM GREEN*, DE GRACEANNE BENNETT E FREYA WILLIAMS, MOSTRA COMO MASSIFICAR OS COMPORTAMENTOS SUSTENTÁVEIS. CONHEÇA AS 12 REGRAS PARA PASSAR A MENSAGEM ECOLÓGICA.

1. O normal é sustentável. A maioria das pessoas quer integrar-se. Promover produtos e atitudes verdes apelando à diferenciação é um erro.

2. Personalizar. “As empresas que associarem os seus produtos a benefícios pessoais têm mais hipóteses de serem bem-sucedidas”, asseguram as autoras. Os produtos ecológicos para bebés registaram aumentos significativos nas vendas. Porquê? “Nada é mais pessoal do que a saúde de um recém-nascido”.

3. Criar melhores padrões. “Tornar a sustentabilidade conveniente é um incentivo poderoso”. Por exemplo, a IKEA banuiu os sacos de plástico em 2008, retirando ao consumidor o peso da escolha.

4. Baixar o preço dos produtos sustentáveis. Os consumidores não devem pagar mais por terem um comportamento virtuoso. Em Portugal, o portal Naturlink lançou este ano o Consumo 3.0, forma de consumo patrocinado que diminui o custo dos produtos para quem compra.

5. Subornar descaradamente. “Pago ao meu filho um dólar por cada livro que lê. Não me arrependo. Antes ele não lia e agora é um leitor compulsivo”, confessa Bennett. O site Recyclebank recompensa os seus mais de dois milhões de utilizadores por reciclar, atribuindo-lhes descontos em compras.

6. Castigar. “A vergonha, o estigma e a culpa são motivadores poderosos, desde que na medida certa”, avisam Bennett e Williams. A cadeia de ginásios norte-americana Gym-Pact cobra menos a quem vai mais vezes ao ginásio, e mais a quem vai menos.

7. Inovar e criar melhores produtos. “Muitos encaram a sustentabilidade como um retrocesso”, alerta Bennett. Solução? Continuar a inovar e desenvolver produtos sustentáveis com elevada performance.

8. Largar a “bengala”. A luxuosa Barneys, em Nova Iorque, promoveu os seus primeiros adereços sustentáveis com a etiqueta “eco-friendly”. Os objectos não tiveram saída. As vendas dispararam quando retirou a menção “eco”. “A solução esteve em não usar a bengala começada por ‘V’”, notam Bennett e Williams. O “verde” não deve ser o atributo principal do produto.

9. Apelar ao ego masculino. As autoras sugerem que se publicite os produtos “eco-friendly” de maneira “male ego-friendly”. A promoção inicial do carro eléctrico Nissan Leaf, que, de facto, é *eco-friendly*, foi um fiasco. Além do nome, os cartazes mostravam um urso polar, recifes de coral, etc.. Não resultou. A companhia seguinte foi mais “amiga do ego masculino”: o ciclista Lance Armstrong, que derrotou um cancro e venceu sete vezes o Tour, deu a cara pelo Leaf.



10. Tornar a sustentabilidade tangível. “Temos de encontrar formas de ajudar o consumidor a ver o invisível”, dizem as autoras. Por exemplo, a maioria dos norte-americanos desconhece a quantidade de CO₂ que os carros emitem e os efeitos desse gás. Como fazer com que utilizem

menos o carro? “O que é que aconteceria se o preço do seguro dependesse da quilometragem?”, questionam.

11. Simplificar. Os consumidores estão confusos e desconfiados. Uma das causas é a proliferação de rótulos ambientais. Por isso a Comissão Federal do Comércio, nos EUA, eliminou 300 rótulos. Bennett queria mais: “Bastava um rótulo ou, no máximo, cinco”.

12. Hedonismo à frente do altruísmo. “Os humanos respondem de forma positiva a apelos que invoquem prazer e diversão”, notam as autoras. Por exemplo, a Volkswagen, numa das suas sedes, transformou o piso das escadas em teclas de piano, com o objectivo de aumentar a actividade física dos trabalhadores.

PARAÍSO RESTAURADO

UM AUDACIOSO PROJECTO DE CONSERVAÇÃO DEVOLVEU À GORONGOSA, EM MOÇAMBIQUE, O ESTATUTO DE SANTUÁRIO DA VIDA ANIMAL. CAPAZ DE PROPORCIONAR EXPERIÊNCIAS INESQUECÍVEIS A QUEM O VISITA, ESTE PARQUE NACIONAL É TAMBÉM O MOTOR DE UMA ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL.

Texto Miguel Amaral Monteiro

Fotos Cédidas e Visabeira Turismo

Aos poucos os animais regressam à Gorongosa, ocupando a panóplia de biótopos disponíveis, como pastos, savana, floresta seca, matas de miombo e floresta tropical. O projecto de restauro e conservação deste Parque Nacional, iniciado em 2004, começou por reintroduzir os chamados “jardineiros”, responsáveis pela manutenção do ecossistema, como gnus e búfalos, mas também espécies de maior porte, como elefantes e hipopótamos. Estes últimos, também conhecidos como cavalos do rio, mantêm os canais de água abertos ao deambularem para a frente e para trás nas áreas de pasto. Depois chegou a vez dos carnívoros, como a chita, essenciais para controlar a população de herbívoros.

Os resultados estão à vista e, a cada ano que passa, a Gorongosa está mais perto do esplendor de outrora.

No ano passado especialistas em turismo do jornal britânico *Financial Times* elegeram Moçambique e a Gorongosa como um dos destinos mais apetecíveis para férias em 2012. A razão é simples. “O Parque da Gorongosa oferece oportunidades únicas para quem aprende a olhar para o céu e para as árvores e não está apenas à espera da grande emoção do estafado cartaz turístico”, escreveu Mia Couto, num artigo intitulado *A natureza não tem pequenos*. O biólogo e escritor moçambicano referia-se à habitual predilecção dos turistas pelos animais chamados de big five (elefante, leão, búfalo, leopardo e rinoceronte) – dos quais apenas o rinoceronte (ainda) não está presente na Gorongosa – que leva a que se negligencie encontros com outras espécies, e até paisagens, que merecem tanta ou mais atenção. E exemplifica: “A mãe tucana

Aos poucos a Gorongosa, em Moçambique, recupera o fulgor dos tempos em que era considerada a jóia da coroa dos parques naturais africanos





Os vários ecossistemas da Gorongosa proporcionam paisagens de cortar a respiração e encontros com espécies emblemáticas, como o leão, o elefante e o búfalo



constrói a partir das suas próprias penas um ninho num buraco que é totalmente fechado. A tucana fica isolada do mundo durante semanas, completamente dependente do macho que lhe passa, por uma estreita abertura, água e alimento. Se o 'marido' morre, ela morre também”.

O parque tem também alguns locais que por si só merecem uma visita, como as falésias calcárias de Cheringoma, o lago Urema, as planícies aluviais no noroeste ou as cascatas do rio Murombodzi, em plena Serra da Gorongosa. E, para os amantes da fauna, é obrigatório passar na casa dos leões e no miradouro dos hipopótamos.

A VISÃO DE UM HOMEM

Há cinco décadas, os cerca de

4.000 km² da Gorongosa albergavam uma riquíssima vida selvagem. Por exemplo, a densidade de búfalos e elefantes na Gorongosa era superior à da planície do Serengeti, na Tanzânia. Tudo mudou com o eclodir da guerra Civil, que dizimou a fauna do Parque. Cerca de 95% das espécies foram extintas. Em 1972 contabilizaram-se 3.500 hipopótamos, 5.500 gnus e 200 leões. Em 1994 nenhum restava.

Dez anos depois a esperança regressou à Gorongosa pela mão do empresário filantropo norte-americano Greg Carr. Numa visita de helicóptero ao parque Carr constatou que os rios, o lago e a floresta mantinham-se vibrantes, mas não avistou qualquer animal. “Pensei: se o ecossistema está

lá, os animais podem regressar. Vamos tentar”, recorda. E assim se iniciou um dos projectos de conservação mais ambiciosos de sempre, assente no eco-turismo e com forte componente humanitária. A Fundação Carr compro-

PARTE DAS RECEITAS DO PARQUE É APLICADA NA MELHORIA DA QUALIDADE DE VIDA DAS POPULAÇÕES LOCAIS

meteu-se a investir 40 milhões de dólares na Gorongosa, ao longo de 20 anos. Parte das receitas geradas é investida no desenvolvimento e formação das populações locais. Além disso, 99% dos mais de



O mítico Acampamento de Safaris do Chitengo está ao cuidado do grupo português Visabeira Turismo



400 trabalhadores do parque são moçambicanos, e destes, 95% são oriundos da Gorongosa.

Quem visitar este paraíso terá uma estada em respeito pelo ambiente e contribuirá directamente para a melhoria da qualidade de vida das populações locais. Das receitas da exploração, 20% são entregues ao Governo. Do valor restante, 20% são aplicados directamente na melhoria das condições de vida das populações locais. São os chefes das aldeias que decidem como usar o dinheiro, desde que a opção siga algumas directrizes, como beneficiar toda a comunidade. As principais apostas têm sido a construção de poços, escolas e



ONDE FICAR

GIRASSOL GORONGOSA LODGE & SAFARI

Nos anos 60 o Parque Nacional da Gorongosa (PNG), em Moçambique, era o destino de eleição dos ricos e famosos, em busca das emoções dos safaris. Na altura o astronauta americano Charles Duke disse que visitar o Parque era tão emocionante como pisar a Lua. Como ele, outras personalidades passaram pelo mítico Acampamento de Safaris do Chitengo, agora conhecido por Girassol Gorongosa Lodge & Safari. A gestão e requalificação deste empreendimento foram entregues pelo Ministério do Turismo moçambicano à portuguesa Visabeira Turismo.

Este Lodge disponibiliza alojamento para 100 hóspedes em bungalows e villas dotados de rede mosquiteira, casa de banho privativa e ar condicionado. Tem também uma área para campismo e organiza safaris em jipe e excursões, que incluem caminhadas na serra da Gorongosa acompanhadas por peritos em fauna e flora da região, visitas às comunidades locais e ao miradouro de Bué Maria.

EXPLORE GORONGOSA

“Sentir, ver, aprender e fazer” é a proposta da Explore Gorongosa, primeira empresa de eco-turismo a actuar no renascido PNG. Aqui pode optar por dois tipos de estadia: O Parque dos Exploradores, composto por espaçosas e confortáveis tendas, mobiladas com camas king size ou individuais, e equipadas com mobiliário proveniente da zona; e as Gorongosa SkyBeds, acampamentos mais modestos para passar uma ou duas noites, potenciam toda a experiência de contacto íntimo com a natureza. As SkyBeds estão localizadas em áreas privilegiadas dentro e à volta do PNG, como o topo da serra e as cataratas de Murombodzi.

O filantropo Greg Carr decidiu restaurar este paraíso perdido e apostar no desenvolvimento humano. Assim, o Parque investe na criação de escolas e em cuidados de saúde



clínicas. O acordo entre a Fundação Carr e as autoridades moçambicanas prevê que, no caso da construção de escolas, o Governo contrate professores, o mesmo acontecendo com o pessoal de enfermagem para as clínicas.

O Parque Nacional da Gorongosa

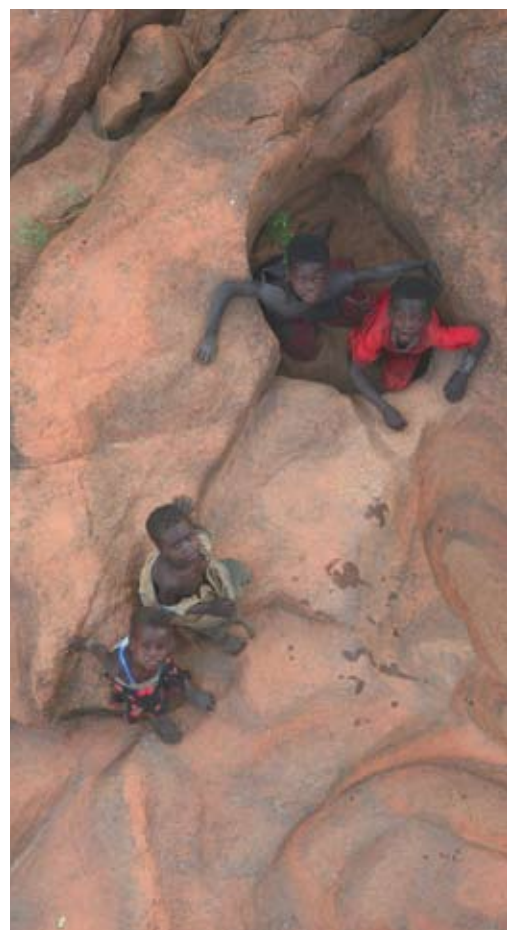
NA GORONGOSA OS TURISTAS APRENDEM, TÊM EXPERIÊNCIAS FANTÁSTICAS E APAIXONAM-SE PELA BIODIVERSIDADE

(PNG) desenvolve outras medidas, como a luta contra a malária, e abre caminho a que outros desenvolvam projectos próprios, através de centros de educação e formação. Em Março financiou a formação de 25 Agentes Polivalentes Elementa-

res de saúde, que ajudarão as suas comunidades a terem os primeiros cuidados sanitários.

MAIS DO QUE FÉRIAS

Greg Carr não tem dúvidas: “Visitar a Gorongosa é também uma viagem de mudança interior”. E acrescenta: “Os turistas aprendem imenso, têm experiências fantásticas, apaixonam-se pela biodiversidade e passam a preocupar-se mais com a natureza no seu país”. Por isso deixa um apelo: “Venham como turistas. Estarão a valorizar o ecossistema e a criar trabalho para os moçambicanos”. Se não puder ir, saiba que o PNG, através do site www.gorongosa.net, aceita doativos para plantação de árvores, construção de escolas ou apadrinhamento de animais. O futuro da Gorongosa e da população que vive no Parque e em seu redor também está nas suas mãos. **R**

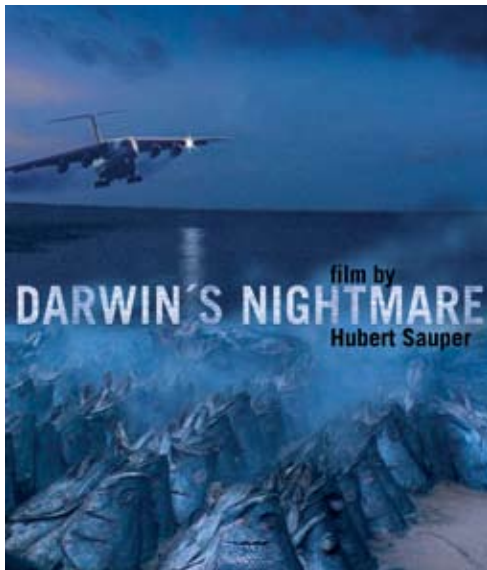




Traga as suas pequenas feras para
conhecer as nossas.



SUSTENTABILIDADE É...



Ciclo de cinema ambiental

Já vai a meio o Ciclo de Cinema Ambiental organizado pela Liga para a Protecção da Natureza (LPN), mas ainda pode ver os documentários *Nós alimentamos o mundo* (2005), hoje, *O pesadelo de Darwin* (2004), a 9 de Agosto, e *O mundo é a nossa casa* (2009), a 23 de Agosto. As sessões decorrem nos jardins da sede da LPN, em Lisboa, e a entrada é gratuita.



História dos resíduos em livro

Didáctico e informativo, *Resíduos: uma oportunidade. Portugal a caminho da sustentabilidade* apresenta a história dos resíduos, desde o tempo em que a falta de limpeza provocava doenças como a peste negra, até à evolução recente deste sector em Portugal, período analisado ao pormenor. O livro, da autoria do jornalista Pedro Almeida Vieira (autor de *O estrago da nação*) e com chancela da editora Sopa de Letras, foi lançado a 4 de Junho pela Sociedade Ponto Verde (SPV). “Desejamos que a obra contribua para uma cada vez maior consciência ambiental da população portuguesa e para valorizar a história de um sector fundamental para a sustentabilidade das nossas sociedades”, referiu Luís Veiga Martins, director-geral da SPV. *Resíduos: uma oportunidade. Portugal a caminho da sustentabilidade* revela as alterações nos padrões de consumo e as mudanças civilizacionais e tecnológicas na área dos resíduos. Através delas percebe-se como o sector deixou de ser um problema e passou a ser encarado como uma oportunidade de rentabilização económica, com vantagens ambientais. Actualmente há cerca de uma dezena de sistemas integrados de gestão de resíduos em Portugal, destinados a vários produtos, como resíduos eléctricos e electrónicos, pneus, óleos e medicamentos. A edição desta obra é mais uma iniciativa no âmbito das comemorações dos 15 anos da SPV.



Cidades com mais qualidade

Pelo terceiro ano consecutivo a iniciativa Construção Sustentável organiza as conferências Human Habitat, com o objectivo de apresentar práticas inovadoras que melhoram a qualidade de vida nas cidades. O ciclo deste ano conta com seis conferências de oradores internacionais e decorre no auditório Mar da Palha, no Oceanário, em Lisboa. As próximas três são: Cidades Resilientes (10 de Setembro), por Thomas Elmqvist, Inovação e design para o crescimento económico (1 de Outubro), por Christian Bason, e Estilos de vida urbanos para a longevidade (5 de Novembro), por Bradley Wilcox.

Nesta altura,
é bom viver num
país cheio de sol.

economia
**CRISE:
Sempre existem
soluções.**

Tiada Gill

POUPE ATÉ 75% DA SUA FATURA DE AQUECIMENTO DE ÁGUA.

Novos tempos pedem novas tecnologias para poupar sem preocupações.

Aproveite as ótimas condições de exposição solar que Portugal tem. A Vulcano propõe soluções solares térmicas completas e versáteis, para água quente e apoio ao aquecimento da sua casa, de fácil e rápida instalação, com apoio e serviço especializado do primeiro ao último passo.

Começar a poupar investindo no futuro é simples, basta falar com o seu especialista de sempre.



www.vulcano.pt

 **Vulcano**

SOLUÇÕES DE ÁGUA QUENTE



sociedade

ponto verde



Reciclar vidro
é dar e receber.

**Coloque as embalagens de vidro
no ecoponto verde e ajude-nos
a criar uma rede de salas de estudo.**

Sem um ambiente propício aos estudos, muitas crianças têm as suas expectativas de futuro fragilizadas. Assim, por cada tonelada de vidro reciclado, a Sociedade Ponto Verde vai contribuir com 1 euro para criar uma rede de salas de estudo em todo o país, para ajudar crianças de famílias carenciadas a estudar. Contamos consigo.

Não deixe uma boa causa acabar no lixo

ENTRAJUDA
APÓIO A INSTITUIÇÕES DE SOLIDARIEDADE SOCIAL

SIC
esperança

