

Pandemia leva 125 milhões de pessoas para a insegurança alimentar no Brasil

A insegurança alimentar atingiu 125 milhões de brasileiros durante a pandemia da Covid-19, ou seja, 59,4% das pessoas que moram no País não sabiam se teriam comida no prato no dia seguinte em algum momento dos últimos 13 meses. A conclusão é do estudo realizado pelo

grupo "Alimento para Justiça", da Universidade Livre de Berlim, em parceria com a UFMG e a UnB. O número de cidadãos que vivem abaixo da linha da pobreza triplicou e já chega a 27 milhões, 12,8% da população brasileira, aponta pesquisa da Fundação Getulio Vargas (FGV). **Pág. 11**

TOMAZ SILVA/AGÊNCIA BRASIL



O número de brasileiros que vivem abaixo da linha de pobreza atinge 12,8% da população

ESPECIAL

Fome volta para a “mesa” dos brasileiros

Nos últimos 13 meses, 59,4% das pessoas não sabiam se teriam comida no prato no dia seguinte em algum momento

DANIELA MACIEL

Cento e vinte e cinco milhões de brasileiros sofreram alguma insegurança alimentar ao longo da pandemia! Eis os dados divulgados essa semana pelo grupo “Alimento para Justiça”, da Universidade Livre de Berlim, em parceria com a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e a Universidade de Brasília (UnB). Isso significa que 59,4% das pessoas que moram no Brasil não sabiam se teriam comida no prato no dia seguinte em algum momento dos últimos 13 meses.

A esse número assombroso,

outras estatísticas se juntam para mostrar o quanto a fome assola o Brasil. Levantamento

“Muitas empresas no Brasil têm chamado para si a responsabilidade, liderando campanhas e atuando estruturalmente no combate à fome”

feito pela Fundação Getulio Vargas (FGV), divulgado este mês, revelou que o número

de cidadãos que vivem abaixo da linha da pobreza triplicou nesse período, e atinge cerca de 27 milhões de pessoas, 12,8% da população brasileira.

Diante desse quadro, todos - governos, empresas e sociedade civil - têm responsabilidades e algo a fazer para, ao menos, mitigar o problema. Nesse sentido, muitas empresas têm chamado para si a responsabilidade, liderando campanhas e atuando estruturalmente no combate à fome.

No novo normal das empresas, atuar com responsabilidade social não é caridade e “quem tem fome, tem pressa”!



Número de cidadãos que vivem abaixo da linha da pobreza triplicou nos últimos 13 meses

Empresas estruturam ações contínuas de combate à miséria

Desde o final do século passado, o Brasil, mediante diversas políticas públicas, conseguiu diminuir sensivelmente os níveis de pobreza. O melhor resultado no acesso à alimentação estável e saudável no País foi alcançado em 2013, quando 22,6% dos brasileiros tinham algum grau de insegurança alimentar. Em 2009, essa fatia representava 30,2% da população. A série histórica começa em 2004, ano seguinte à criação do Bolsa Família, quando 16,8% dos brasileiros enfrentavam insegurança alimentar grave ou moderada, e outros 18% estavam em insegurança leve, somando 34,8%.

A crise econômica deflagrada em 2014 e agravada pela Covid-19, no ano passado, jogou muitos brasileiros na miséria e na fome. Ações que

começavam a ceder espaço para outras dinâmicas foram revitalizadas. Desde 2008, o Instituto Mosaic - ligado à Mosaic Fertilizantes -, por exemplo, desenvolve ações de combate à fome junto às comunidades onde têm unidades. A iniciativa tomou novos contornos em 2020 e reforço este ano.

A partir de abril, 18 cidades são beneficiadas, com a distribuição de mais de 220 toneladas de alimentos e 5 mil kits de insumos médicos e de higiene para unidades de saúde locais. Estão na lista os municípios mineiros: Araxá, Patos de Minas, Lagamar, Patrocínio, Tapira e Uberaba, no Alto Paranaíba e Triângulo Mineiro.

De acordo com a gerente de Relações com Comunidades da Mosaic Fertilizantes, Caroline Fávaro, a forma como a ajuda vai chegar às comunidades é

tomada a partir de uma escuta ativa e, durante a pandemia, a questão da fome se tornou prioridade máxima.

“Também sofremos os impactos da crise e percebemos que se não nos uníssemos com essas comunidades teríamos mais dificuldades para enfrentar essa fase. A fome está associada à diminuição da renda, principalmente, pelo fechamento do comércio. A agricultura familiar também teve dificuldade para comercializar os produtos”, explica Caroline Fávaro.

Daí também a ideia de comprar os produtos de comercian-

tes e produtores locais. Nas cestas são incluídos alimentos frescos, valorizando os hábitos de alimentação locais e o fortalecimento da imunidade.

“Seria mais fácil e um pouco mais barato comprar de um grande fornecedor nacional, mas dessa forma fazemos mais. Ninguém quer ser ‘assistido’, as pessoas querem oportunidades, então precisamos atuar pontualmente na emergência e estruturalmente - contando com muitos parceiros - para sonharmos com a superação desse problema no Brasil”, avalia a gerente de Relações com Comunidades da Mosaic

Fertilizantes.

Da mesma forma, a Per'fa Alimentos, há mais de 40 anos na Ceasa Minas, trabalha desde 2017 com ações de combate à fome. Em parceria com a Fundação Abrinq (Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos), realiza o projeto "PER'Fazendo a diferença", que tem como objetivo ajudar na alimentação complementar de creches comunitárias, associações, fundações e demais entidades que atendem crianças e adolescentes. Com o fechamento das unidades por causa da pandemia, os alimentos estão sendo entregues para

que sejam repassados aos pais dos alunos e junto a entidades como Leuceminas e Projeto Assistencial Novo Céu.

Já a parceria entre a empresa e o Hospital da Baleia acontece desde abril de 2020, com o fornecimento de alimentos como ovos, cebola, batatas e frutas semanalmente à instituição, a partir da campanha "Ovos Solidários".

Segundo o gerente de Vendas da Per'Fa, Igor Nori Motta, até janeiro de 2021 foram mais de 41 mil ovos e quase 4 toneladas de outros alimentos doados. Os produtos incrementam mais de 2.300 refeições diárias,

servidas para pacientes e funcionários da instituição que atende a 88% dos municípios mineiros, sendo a maioria pelo Sistema Único de Saúde (SUS).

"Tudo começa por uma vontade de ajudar. Há um ano essa campanha está estampada na embalagem que rende fundos à instituição. Isso dá oportunidade aos nossos clientes de também participarem. Esse é um problema que já enfrentávamos e vamos continuar contribuindo. Queremos ser exemplo para outras empresas e uma das maneiras é o próprio selo da campanha", pontua Motta. **(DM)**

Atacar problema é prioridade entre as prioridades

Na cidade de Paracatu, no Noroeste de Minas, a Kinross Brasil Mineração estruturava suas ações de apoio à comunidade em eixos definidos: educação, geração de trabalho e renda e cultura. O alongamento da pandemia, porém, alterou a rota e colocou o combate à fome como prioridade entre as prioridades.

As primeiras ações, ainda em 2020, eram voltadas para a assistência à saúde. A mineradora já doou R\$ 3,5 milhões ao município para contribuir com os esforços no enfrentamento da crise. Desde 2020, a empresa e instituições parceiras têm atuado em várias frentes, como na doação de cinco respiradores e de 6 mil kits de testes rápidos para o sistema de saúde pública municipal, cooperação técnica com a prefeitura para a realização de exames de

identificação da Covid-19 e campanhas de conscientização, entre outras iniciativas. Do total, R\$ 1 milhão será destinado para reformar um hospital desativado em centro de atendimento exclusivo para pacientes com Covid-19. O termo de acordo para o repasse da verba acaba de ser assinado entre a mineradora e a prefeitura local.

A diretora de Relações Governamentais e Responsabilidade Social da Kinross, Ana Cunha, relata que a mineradora percorreu as comunidades para fazer um diagnóstico das necessidades e a fome era o pior flagelo. A partir daí foi firmada uma parceria com o projeto Mesa Brasil, do Sesc, e já foram doadas quase 20 toneladas de alimentos em quatro ações na cidade.

“Muita gente acha que doar alimentos é fazer assisten-

cialismo, mas acreditamos que seja garantir um direito básico das pessoas. Como setor privado não tenho mecanismos formais para atuar, mas tenho formas de articular uma rede. Criamos a Plataforma Integrada contra a Covid-19. As pessoas desconheciam, por exemplo, que Paracatu tem um banco de alimentos. O banco vai onde as pessoas precisam, através do CadÚnico. Faltava inteligência, comunicação e conhecimento. Criamos um selo chamado rede solidária e por ele fizemos o trabalho de engajamento. Fazendo com que as pontas da rede sejam visíveis”, explica Ana Cunha.

Mercado - A solidariedade também gera negócios. Mercados locais e grandes redes têm suprido a demanda de doadores pessoas físicas e

jurídicas. O Decisão Atacarejo sempre vendeu cestas básicas para o público corporativo que fazia a distribuição para os colaboradores em forma de benefício.

Segundo o diretor-presidente da rede, Epifânio Parreiras Junior, as vendas de cestas básicas tiveram crescimento de cerca de 20% nos últimos 12 meses. São três tipos de cestas disponíveis para atender às necessidades dos consumidores.

“Essas vendas foram impulsionadas por empresas que antes não faziam esse tipo de compra e que passaram a distribuir para os funcionários ou, até mesmo, fazer alguma ação beneficente. Também houve uma grande procura de pessoas físicas procurando para fazer doações espontâneas para igrejas, creches ou diretamente para famílias em

situação de risco”, afirma Parreiras Junior.

As redes Super Nosso e Apoio Mineiro também registraram aumento nas vendas de cestas básicas na ordem entre 10% e 15% nos primeiros meses da pandemia. Índice estabilizado em 2021, de acordo com o gerente comercial do Super Nosso e do Apoio Mineiro, Jarbas Vieira.

“A maioria das empresas que compra conosco é do segmento alimentício e da construção civil. Os contratos são mensais porque distribuem para funcionários e instituições de caridade. O Apoio Mineiro também tem um contrato com a Prefeitura de Belo Horizonte. Por mês são distribuídas mais de 6 mil cestas nos pontos de entrega do Apoio e do Super Nosso na Capital”, destaca o gerente comercial das redes. **(DM)**

Grupo de 60 empresas se mobiliza para arrecadar R\$ 1 mi

Ao longo da pandemia, a fome no Brasil tem ganhado contornos dramáticos e o combate exigindo mobilização da sociedade. Em Belo Horizonte, a Fundação Dom Cabral (FDC), por meio do Centro Social Cardeal Dom Serafim/FDC é a embaixadora da campanha "Unindo Forças BH - Todos contra a fome". Um grupo de 60 empresas, instituições e projetos sociais da Capital se mobilizou para cumprir a meta de arrecadar R\$ 1 milhão com o objetivo de comprar 15 mil cestas básicas para famílias carentes de mais de 50 comunidades do muni-

cípio e região metropolitana.

Toda a operação de distribuição será feita em parceria com instituições e líderes comunitários que conhecem as comunidades e que estão tomando todos os cuidados sanitários preconizados pelas autoridades da saúde.

Já o Coep Minas - Rede Nacional de Mobilização Nacional em Minas Gerais - quer aproveitar o momento da vacinação contra a Covid-19 para também combater a fome, lançando a campanha "Vacina solidária". A Instituição elaborou carta aberta à sociedade mineira propondo que

cada município se organize para viabilizar a campanha de combate à fome. A proposta, que não exclui outras iniciativas nesse sentido, é que cada cidadão, ao se dirigir a um dos postos de vacinação, leve, voluntariamente e sem vínculo de obrigatoriedade, um quilo ou mais de alimento não perecível para doação a famílias carentes.

A carta-proposta segue acompanhada de um roteiro com orientações gerais para articulação local e o Coep, por meio de suas instituições membros, como a Federação Mineira de Fundações e Associações de

Direito Privado (Fundamig), se colocam à disposição para apoiar como for necessário e possível.

O Expominas BH também entrou na onda e está lançando a Campanha "Expominas Compartilha" que arrecada doações de alimentos não perecíveis, cestas básicas, material de higiene e doações em dinheiro. As doações devem ser levadas a partir de 15 de abril, das 9 às 19 horas, ao estacionamento do Expominas, no bairro Gameleira, na região Oeste. O recolhimento será em formato *drive thru*, sem que o doador necessite sair do seu

carro, evitando aglomerações e com segurança.

Os valores em dinheiro e tudo o que for arrecadado será distribuído, sem qualquer ônus, às pessoas e famílias em estado de vulnerabilidade e às entidades beneficentes de Belo Horizonte e região metropolitana. O telefone para mais informações e para indicar instituições que cuidam de pessoas em vulnerabilidade social em Belo Horizonte e região metropolitana para receber as doações é (31) 3332-9906.

De outro lado, a Alpargatas -detentora das marcas Havaianas, Dupé e Osklen - firmou

parceria com a ONG Ação da Cidadania doará R\$5 milhões para a Campanha Brasil Sem Fome. O valor beneficiará 400 mil pessoas de todo o País que receberão 100 mil cestas básicas.

"Entramos nessa corrente do bem por entender que nosso papel é apoiar a sociedade na crise humanitária que estamos vivendo. Com essa doação, retomamos nosso lema 'Empatia gera Empatia' que propõe incentivar parceiros, clientes e colaboradores para também ajudarem e impactarem a sociedade positivamente", afirma Beto Funari, presidente da Alpargatas. **(DM)**