

# GE

geracao@.com  
geraçãoempreendedora

Negócios direcionam holofotes para marcas do Rio Grande do Sul com intuito de fortalecer produtores afetados pela tragédia climática. Christiane e Paulo Fontana comandam a Public Market, que iniciou uma campanha para estimular a venda de produtos gaúchos

***Hora de dar destaque aos produtos gaúchos***



# PÁGINA INICIAL

www.geracaoe.com



Quer receber notícias sobre empreendedorismo no seu WhatsApp? Aponte o celular para o QR Code ao lado e saiba como!



## Ao leitor

### Escolha por meio da identificação

Nesta edição do **GeraçãoE**, na Página Central, falamos sobre negócios de Porto Alegre que estão, ativamente, dando destaque para produtores gaúchos. Vinhos, cachaças, geleias, charcutaria: nosso Estado é riquíssimo quando falamos desses produtos. Com 469 municípios afetados pela tragédia climática que assola o Rio Grande do Sul desde o início de maio, é praticamente imensurável o número de produtores, em diversos pontos do Estado e em diferentes frentes de atuação, atingidos drasticamente pelas intempéries. Uma das empreendedoras da Página Central cita, inclusive, o efeito a longo prazo, com impactos na produção dos próximos anos desses negócios. Por isso, esse amparo de bares e restaurantes que estão operando é tão importante.

Fortalecer pequenos negócios que enfrentarão um futuro repleto de incertezas pode ser uma forma de garantir certa estabilidade. E essas operações de gastronomia que estão imbuídas em apoiar os pequenos produtores gaúchos são exemplo da força da cadeia. Na hora de consumir, escolher um negócio sabendo quais são os valores daquela operação é entender qual cadeia de produção está apoiando por meio do consumo. É hora de fazer escolhas.

**Isadora Jacoby**  
@isajacoby

## #explorar



ARQUIVO PESSOAL/DIVULGAÇÃO/JC

# Confeitaria é inspiração

**A confeitaria salva.** Já me salvou uma porção de vezes, em termos econômicos e emocionais. E é a partir dessa crença que a Ursa está operando hoje, com o objetivo de **levar alguma alegria e cor ao cenário de catástrofe** no qual Porto Alegre se transformou.

**"Cakes for a cause"** é um movimento internacional de confeitarias que, a partir da produção e venda de bolos, **apoiava populações em situações adversas** dos mais variados tipos. Desde o último dia 10, com a ajuda de muitos clientes, amigos e desconhecidos, distribuímos centenas de bolos nos abrigos da cidade. Num primeiro momento, buscamos privilegiar locais exclusivos de mulheres e crianças, mas a ação já se expandiu e somos gratos pela confiança de quem esteve junto doando, fazendo a logística e compartilhando a ideia.

De julho em diante, a Ursa será, também, uma **escola de profissionais de confeitaria**. É uma segunda etapa, que vai envolver mais que confeitos coloridos. Além de aulas específicas para quem já é profissional, haverá a oferta de bolsas gratuitas de formação básica para mulheres chefes de família. Acreditamos que bolos e brigadeiros podem transformar o futuro de quem perdeu muito. Em breve, mais informações e formulário de inscrição no Instagram (@ursapoa).

### Ingrid Cavalli

Sócia da Ursa, padaria com inspiração internacional

## geracaoe.com



## Lista: 10 cafeterias para conhecer e apoiar em Porto Alegre

Na última sexta-feira, 24 de maio, foi celebrado o Dia Nacional do Café. Em Porto Alegre, cafeterias, assim como negócios de diversos setores, enfrentam as dificuldades ocasionadas pela enchente histórica. Frente às adversidades, operações criam alternativas, como venda antecipada e collabs. Aponte a câmera do celular para o QR Code ao lado e confira a lista preparada pelo GeraçãoE com 10 cafeterias para conhecer e apoiar em Porto Alegre.



THAYNÁ WEISSBACH/JC

## Quem faz



**ISADORA JACOBY**  
Editora-assistente  
@isajacoby



**JÚLIA FERNANDES**  
Repórter  
@eujuliafernandes



**JAMILAIQUEL**  
Estagiário  
@jamilaiquel



**STÉFANI RODRIGUES**  
Estagiária  
@stefanirodrigues

**Editor-chefe:** Guilherme Kolling

**Diagramação:** Gustavo Van Ondheusden e Ingrid Muller

geracaoe@jornaldocomercio.com.br



Publicação do  
**Jornal do Comércio**  
de Porto Alegre



**NEWSLETTER:** cadastre seu e-mail na nossa newsletter diária no site. Queremos que você fique por dentro de todas as nossas notícias em primeira mão.

## TECNOLOGIA

conexão, ajuda

# Aplicativo facilita a doação de marmitas

O Acction app foi criado em 2020, por consultor da ONU, e já foi implementado em mais de cinco países

**JAMIL AIQUEL**  
@jamil\_aiquel

Criada em 2020 pelos sócios Evandro Holz e Mariano Rossi, a Acction app é uma ferramenta pensada para auxiliar a população e instituições governamentais em situações de crise. O aplicativo busca conectar, de maneira simples e direta, pessoas que possam oferecer algum serviço com quem está precisando de ajuda. Com a tragédia que atingiu o Rio Grande do Sul, Fernanda Ribeiro, moradora da capital gaúcha, iniciou a implementação do aplicativo no Estado.

Evandro é engenheiro civil e consultor da ONU. Natural de Santa Rosa, cidade do noroeste do Rio Grande do Sul, ele trabalha há mais de 10 anos na área de estudos de impactos ambientais e fez mestrado em gestão urbana na universidade técnica de Berlim. Em 2017, junto com Mariano, Evandro criou a Clurb, uma empresa focada na gestão de crises e desastres. Depois de alguns anos de experiência, a dupla decidiu, em 2020, criar sua primeira ferramenta: o Acction.

“Percebi uma lacuna entre os instrumentos de software que são desenvolvidos hoje em dia com o que as pessoas, sejam da comunidade ou do poder público, tem que fazer quando algum tipo de desastre ocorre. A maioria dessas ferramentas são feitas para consultores e especialistas de gestão urbana, mas não são feitas para as pessoas da prefeitura ou das comunidades, que também fazem um grande trabalho, só que sem esse tipo de ferramenta para apoiá-los”, lembra Evandro.

Uma das primeiras implementações da ferramenta foi em uma parceria com a ONU,



Mariano Rossi e Evandro Holtz são os idealizadores do projeto

na cidade de Teresina, no Piauí. No início da pandemia de Covid-19, a organização tinha um programa de colaboração com a cidade, e o Acction foi utilizado para mapear as áreas mais vulneráveis do município.

Evandro explica que o Acction é uma ferramenta para organizar essa ajuda e pode ser implementada de diferentes formas. “Todo mundo tem que apoiar da melhor maneira possível, seja o setor público, privado e até mesmo a comunidade. Já implementamos a ferramenta através do setor público, ou, como é o caso do Rio Grande do Sul, através das próprias pessoas. As pessoas não são especialistas no que está acontecendo. Estão dispostas a ajudar, têm condições de fazê-lo e utilizam a ferramenta para fazer essa conexão de quem precisa com quem está ajudando”, diz o empreendedor.

A ferramenta chegou no Estado através de Fernanda Ribeiro, ex-cunhada de Evandro. Ela lembrou do aplicativo quando percebeu um grande conflito de demanda quando se tratava da doação de comida. “Estou em vários grupos de WhatsApp e comecei a ver muitas pessoas preparando marmitas sem saber onde mandar. Encontrei um rapaz que produziu 100 marmitas e elas foram colocadas no lixo. As pessoas estão

fazendo tudo com muito amor e carinho, mas não estão tendo local para entregar, ou eles não sabem onde entregar. Comecei a perceber, também, que muitos abrigos recebiam marmitas em excesso e outros não recebiam nenhuma”, explica. Após entrar em contato com Evandro, os dois entenderam que o Acction poderia resolver esses impasses.

A plataforma é gratuita e simples de usar. O aplicativo utiliza a localização para mostrar pessoas próximas que estão oferecendo ou necessitando de marmitas. Quem está oferecendo, sinaliza o tipo de marmita que está disponibilizando e a quantidade. Quem está pedindo ajuda, indica quantas marmitas precisa, qual a refeição e se tem alguma restrição alimentar. Os organizadores do aplicativo pedem que os pedidos sejam feitos com 2h de antecedência, para que os voluntários tenham tempo hábil de produção.

“Fazemos essa conexão entre quem precisa e quem está oferecendo. Tem o checklist ali e a pessoa sinaliza o que está precisando. Isso é importante, porque às vezes a pessoa não precisa só de almoço e jantar. Também tem as pessoas com restrição alimentar, como intolerantes à lactose e ao glúten, que não estão conseguindo ter uma alimentação de qualidade”, afirma Fernanda.

## MURAL

### Eventos

» A **Feira Brasileira do Varejo**, que aconteceria na próxima semana, anuncia nova data para o próximo ano. A 11ª edição do evento foi remarçada para os dias 21, 22 e 23 de maio de 2025. A decisão de adiar foi tomada visando o apoio aos atingidos, além da segurança de todos os participantes.

» O **Febraban Tech 2024**, evento de tecnologia e inova-

ção do setor financeiro, acontecerá entre os dias 25 e 27 de junho em São Paulo. Com o tema A Jornada Responsável na Nova Economia da IA, a feira será no Transamerica Expo Center. Os ingressos do terceiro lote estão à venda no site [bit.ly/4aNGlpb](https://bit.ly/4aNGlpb) até dia 31 de maio com valor de R\$ 620,00 para um dia e R\$ 1,6 mil para os três dias.

### Vagas

» A **Tim** acaba de anunciar a abertura de 250 vagas de trabalho com foco na inclusão de pessoas com deficiência. São 50 oportunidades dedicadas para este público na área comercial e de atendimento e mais 200 afirmativas em diferentes áreas e níveis de qualificação. As inscrições podem ser feitas por meio do link [bit.ly/3WU82OV](https://bit.ly/3WU82OV).

» A **UnidaSul** abriu 70 vagas para o Centro de Distribuição da empresa em Esteio e para a unidade do Macromix em São Leopoldo. As posições destinadas para a contratação prioritária de pessoas atingidas pelas enchentes. As inscrições podem ser feitas pelo número (51) 98053-4377 ou pelo site [bit.ly/4buJbWC](https://bit.ly/4buJbWC).



**O Terreiro Bar Ancestral, operação que tem como eixo religiões de matriz africana, realizará, no dia 2 de junho, a Feijoada do Benedito. A terceira edição do evento celebra os seis anos da Cervejaria Cabocla, marca que pertence aos mesmos sócios do bar. Desta vez, a ação tem uma frente solidária. De acordo com a divulgação do evento no Instagram do negócio (@terreiro\_bar), 10% do valor arrecadado em caixa das 11h às 15h será doado para o Quilombo do Areal e para o Quilombo do Machado, comunidades quilombolas de Porto Alegre que foram duramente impactadas pelas enchentes. A feijoada será no estilo bufê e contará com opção vegana. Os ingressos antecipados custam R\$ 50,00, já o valor na hora do evento será de R\$ 60,00, mediante lotação da casa. Crianças até 7 anos não pagam e de 8 a 12 anos pagam meia entrada. Às 18h, terá samba com a cantora Natália Santos e banda. O Terreiro Bar fica na rua Luiz Afonso, nº 247, na Cidade Baixa.**

## SUPOORTE

mercado, aposta

No cenário adverso trazido pela tragédia climática que assola o Rio Grande do Sul, negócios de Porto Alegre apostam na venda de itens de produtores gaúchos para valorizar a economia local



Christiane e Paulo Fontana comandam o Public Market, operação que fica na rua Pedro Chaves Barcellos, nº 651, e opera das 10h às 19h30min

# Para fortalecer a economia, negócios da Capital focam em produtos gaúchos

**JAMIL AIQUELE JÚLIA FERNANDES**  
@jamil\_aiquele, @eujuliafernandes

As enchentes que atingiram o Rio Grande do Sul provocaram impactos diversos na vida das pessoas e dos negócios gaúchos. Neste cenário de dificuldades, empreendedores buscam maneiras de contribuir com a economia do Estado. Este é o caso de Paulo e Christiane Fontana, sócios do Public Market, local definido por eles como um mercado de bairro que une empório, padaria e sorveteria em um ambiente acolhedor e convidativo para clientela. A dupla criou uma campanha focada em apoiar os pequenos produtores do Estado.

O casal Paulo e Cristiane são moradores do bairro Mont'Serrat há, aproximadamente, 50 anos. Empreendedores do ramo da indústria, eles eram frequentadores de um bistrô, localizado

no mesmo ponto de seu atual empreendimento. Após a decisão de mudar de vida, a dupla viu na antiga operação uma oportunidade de reconstrução.

“Estava a fim de fechar a minha fábrica e sempre olhava para esse negócio com bons olhos. Sempre me interessei por culinária e tinha aquela ilusão de trabalhar com isso. Então fizemos a proposta e assumimos o negócio em setembro de 2019”, lembra Paulo.

Desde que os empreendedores assumiram a operação, o Public Market passou por mudanças no seu modelo de negócio. O que antes era um bistrô e padaria, foi, aos poucos, transformado-se em um empório. “Durante a pandemia, não fechamos porque tínhamos a padaria, então trabalhamos bastante com tele-entrega no período. Enquanto isso, fomos abastecendo a loja com novos

produtos. A ideia sempre foi transformar em empório. Então, desenvolvemos nosso mercado de vinhos e decidimos não continuar com a cozinha. Para substituir, implementamos um cardápio de sanduíches e saladas feitos aqui mesmo”, explica Christiane.

Segundo os empreendedores, um dos principais diferenciais do Public Market é o ambiente acolhedor e aconchegante que eles tentam implementar no local. “Aqui todos clientes têm nome. São muitos clientes que se tornaram amigos”, afirma Christiane.

Os empreendedores se orgulham de oferecer produtos que, segundo eles, não são facilmente encontrados em outros locais. Isso é resultado de um longo processo de curadoria feita pelo casal, que está sempre buscando novos fornecedores e fabricantes que sejam, de prefe-

rência, de empresas menores do Rio Grande do Sul. “Isso é algo que vem comigo desde o começo. Me sinto realizado quando coloco um produto gaúcho na prateleira e vejo ele vender bem”, relata Paulo.

Pensando em estimular a venda destes produtos diferenciados, o casal organiza, uma vez por mês, um menu de degustação. A dupla elenca uma vinícola menos conhecida do público geral e monta um cardápio de harmonização com tábuas de frios para 25 clientes que adquirirem convites com antecedência.

Além do empório, o empreendimento conta com uma padaria, que oferece exclusivamente pães feitos com fermentação natural. Em conjunto a isso, o casal, pensando em atrair mais o público nos períodos quentes do ano, incorporou uma sorveteria em seu negócio.

O Public Market nunca escondeu sua admiração aos produtos gaúchos, colocando-os em suas prateleiras sempre que possível. Logo após as enchentes, Christiane viu nas redes sociais alguns posts estimulando o consumo de produtos locais. Apesar de louvável, um aspecto da atitude incomodou o casal: a falta de divulgação aos produtores menores. “Vi uma publicação divulgando marcas gaúchas que contava apenas com grandes produtores. Me questionei onde estavam os pequenos negócios. Sim, todos foram afetados, mas quem precisa mais, neste momento, são os pequenos”, afirma Christiane.

Assim, o casal está organizando posts no Instagram (@emporiopublicmarket) divulgando pequenos produtores locais menos conhecidos, assim como a cidade e região onde estão localizados.



**Para ficar por dentro de outras iniciativas voltadas ao fortalecimento da economia gaúcha, acompanhe o GeraçãoE diariamente em [geracaoe.com](http://geracaoe.com).**

THAYNÁ WEISSBACH/JC



**Larissa e Carolina Teixeira são sócias da Casa Vasco, armazém de bebidas, bar e café que fica no Bom Fim**

## Armazém de bebidas destaca rótulos de pequenos produtores

Localizado no bairro Bom Fim, a Casa Vasco, na rua Vasco da Gama, nº 207, abriu as portas em setembro de 2023. O espaço, instalado em uma casa dos anos de 1950, foi idealizado pelas irmãs Larissa e Carolina Teixeira e reúne armazém de bebidas, bar, café e gastronomia. Larissa é apaixonada pelo universo da cachaça e Carolina, pelos vinhos. As duas resolveram unir suas paixões e abrir seu primeiro negócio juntas. Trazendo bebidas internacionais e nacionais, a Casa Vasco tem mais 120 rótulos de vinho e 80 de cachaça.

“Desde o início, tivemos a preocupação em democratizar o acesso aos vinhos. Temos desde vinho em taça até em garrafa com preços bem variados e acessíveis a várias pessoas”, comenta Carolina. Além disso, as empreendedoras contam que procuram dar uma atenção especial aos produtores locais. “Temos muitos produtos de pequenos produtores locais e as pessoas vêm aqui e se encantam bastante, porque são rótulos que a gente vai atrás, que faz a curadoria. É um trabalho bem efetivo”, afirma Larissa.

Devido às consequências da

enchente que atingiu a Capital, o estabelecimento fechou as portas por 12 dias, pois ficou sem abastecimento de água. “Não fomos afetados pela inundação, mas com a falta de água e com funcionários com dificuldade de acessar o local, resolvemos não abrir. Além disso, percebemos uma baixa significativa no movimento”, relata Carolina.

A empreendedora explica que voltar a operar é uma forma de apoiar os produtores, que tiveram seus vinhedos devastados, mas ainda estão com produtos estocados. “Nossos produtores estão pedindo para que a gente retome as atividades. Temos um parceiro ali de Faria Lemos, distrito de Bento Gonçalves, que está com produto agora, mas para o ano que vem o baque vai ser muito grande”, afirma. De acordo com as irmãs, o negócio sempre teve como objetivo apostar em pequenos produtores gaúchos. Mensalmente, a Casa Vasco oferece uma degustação harmonizada com a presença de um pequeno produtor no espaço. Segundo elas, o objetivo é aproximar o produtor do consumidor final e fazer com

que os rótulos sejam mais valorizados. “Tem um trabalho absurdamente grande por trás daquela garrafa. Cada rótulo de vinho ou de cachaça tem muita história e trabalho por trás”, explica Carolina.

No momento, as sócias estão organizando ações internas para estimular o consumo de produtos locais, mas, nos últimos dias, já percebem algumas mudanças no comportamento dos consumidores. “Tenho visto um movimento em busca dos rótulos do Estado. ‘Eu quero comprar um presente, mas eu quero um vinho gaúcho.’ E isso não era tão usual. Era um trabalho que a gente fazia de estimular que conhecessem os

nossos produtos e, agora, o próprio cliente tem essa iniciativa”, conta Carolina. A empreendedora destaca que o consumo não se deve somente por ser um vinho ou cachaça do Rio Grande do Sul, mas porque são produtos de excelente qualidade. “É sobre estimular esse comércio, mas também é se abrir a uma experiência que com certeza vai te encantar”, porque são muito bons”, diz.

Além dos vinhedos, pequenos produtores de destilados também foram afetados. Parceira da Casa Vasco, a Casa Bucco, de destilados artesanais, sofreu com as inundações e deslizamentos de terra.

Por serem também um

gastrobar, o estabelecimento está tendo de se readaptar com a falta de algumas mercadorias. “O nosso fornecedor de pão era do bairro Sarandi e agora está debaixo d’água. Nossas hortifrutis vinham do Lami, na Zona Sul, foram devastadas”, lamenta. A ideia é fazer pequenas alterações nas refeições oferecidas para seguir com o cardápio atual. “São muitas famílias que dependem do nosso pequeno estabelecimento. Fornecedores, produtores e até os nossos próprios colaboradores. Por isso, precisamos manter as nossas atividades para fazer a roda girar e contribuir na reconstrução do nosso Estado”, afirma Carolina.

## Focar nas marcas locais é um grande estímulo para a retomada

Luiz Carlos Bohn, presidente da Fecomércio-RS e presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae-RS, comenta que há uma divisão em relação aos comércios afetados pelas enchentes no Estado.

O primeiro grupo é formado pelos negócios que foram inundados, sendo os mais impactados. Além de perder faturamento, perderam patrimônio, estrutura, máquinas, equipamentos e estoque. “Esse grupo representa uma grande parcela dos estabelecimentos afetados”, comenta Bohn.

Já o segundo grupo representa os que tiveram suas atividades reduzidas ou interrompidas em virtude de dificuldade de acesso, redução de disponibilidade de equipe e insumos. São locais que a água não chegou, mas os negócios estão parados.

O terceiro e último grupo são aqueles estabelecimentos que foram impactados pelo ambiente de consternação que abalou o Estado. “As pessoas estão retraídas. Muitos desses locais estão parados, porque não sabem como recomeçar.

Neste caso, precisamos ver se realmente vale a pena recomeçar”, afirma. De acordo com Bohn, em situações como essa, é necessário um apoio de técnico de consultoria que consiga fazer essa análise. “É preciso avaliar e ver ‘olha, já não estava legal. Será que vale a pena voltar agora?’ Isso é uma análise fria, que nem sempre as pessoas têm condições de fazer”, explica.

Há um mês, o Rio Grande do Sul vive com incertezas e com a preocupação de como será o próximo dia. Até aque-

les, que não foram diretamente afetados, tiveram que mudar ou adaptar seus comportamentos. Muitos ficaram mais reclusos, deixando de consumir fora de casa e de realizar algum investimento por não saber como será o futuro. “Por mais incertezas e receios que se tenha, é importante fazer a economia girar. Claro que não vai comprometer o dinheiro que não tem. Comprar aqui, gastar ali, cuidando dos seus limites, mas a inércia do consumo é mais prejudicial”, explica o presidente da Feco-

mércio-RS.

Bohn também destaca que, na hora de consumir, é importante olhar para a escolha de marcas. Segundo ele, basicamente, nos supermercados, quase 90% das marcas são gaúchas, e dar preferência a elas contribui para a economia do Estado.

“Existem campanhas fora do Estado que identificam produtos do Rio Grande do Sul. Estamos vendo as pessoas se engajarem e isso realmente faz muita diferença, é uma grande ação”, conclui.

## ARTIGO

Hey! Artigos podem ser enviados para [geracaoe@jornaldocomercio.com.br](mailto:geracaoe@jornaldocomercio.com.br).  
Os textos para este espaço devem ter no máximo 2200 caracteres e estarão sujeitos à edição.

## O que mais queremos é ajudar a trazer a rotina de volta para as nossas vidas

O que sabemos é comunicar: é isso que adoramos fazer e é disso que vivemos. E isso é algo que oferecemos como empresa já há mais de 20 anos – eu pessoalmente, há mais de 30 desde que finalizei duas graduações, Publicidade e Propaganda e Jornalismo, na Famecos, Pucrs. Então, em um momento como esse, o que também podemos fazer – além de doar o que for possível, e realizar os trabalhos voluntários que estiverem ao nosso alcance – é oferecer a experiência da Navecomunica de forma voluntária para quem precisar uma ajuda pontual.

O que comunicar e como, o que falar, e quando. Nem

sempre é adequado dizer algo, mas muitas vezes é necessário. Estamos vivendo a maior tragédia da nossa história, uma catástrofe climática sem precedentes, algo que provavelmente – esperamos – não vamos testemunhar outra vez, mas com o alerta ligado: eventos climáticos extremos devem se tornar cada vez mais frequentes e violentos. E quem diz isso não sou eu, são os especialistas em clima.

Há que, de alguma forma, ponderar o que dizer. São momentos de extrema sensibilidade, mas, por outro lado, a roda da economia precisa girar: como divulgar o lançamento de um livro nesse momento? Como falar que há um novo

modelo de óculos no mercado? Como anunciar um cardápio especial pro dia dos namorados, que está chegando? Lembre: a vida vem primeiro, mas tudo faz parte do nosso dia a dia, e a economia é o motor do mundo.

Escritores e editoras – estas em Porto Alegre representam alguns dos negócios que foram mais atingidos – precisam vender livros. Óticas – que têm funcionários nos balcões e nos laboratórios e compram de representantes que negociam com distribuidoras – precisam vender óculos. Restaurantes – muitos, diversos, dezenas, centenas deles atingidos diretamente em Porto Alegre e em todo o Rio Grande do Sul –

ARQUIVO PESSOAL/DIVULGAÇÃO/JC



**LUCIA PORTO**  
Jornalista e publicitária,  
sócia da @navecomunica,  
empresa de comunicação  
que atua no mercado há  
21 anos

precisam vender refeições.

Se temos a solução para isso? Não, não temos. Por-

que cada caso é um caso, e cada realidade é única. O que podemos fazer aqui é ceder nosso conhecimento, tempo, experiência, relacionamento e vontade de ajudar. É trocar ideias com o foco em descobrir a maneira mais adequada de dizer o que precisas dizer. É quase fazer o que aprendemos nas aulas iniciais do jornalismo, achar o lide, que, em linguagem de estratégia também é conhecido como 5W2H: o quê, quem, como, quando, onde, quanto e porque.

O que estamos dispostos, nesse momento, é voluntariamente auxiliar a encontrar o caminho certo para, de algum modo, voltar à rotina. Quem quiser trocar uma ideia, escreva para [lucia@navecomunica.com.br](mailto:lucia@navecomunica.com.br). O que mais queremos é ajudar a trazer a rotina de volta para as nossas vidas.

## BOM SABER

dicas, sugestões, informações



Para apoiar ou entrar em contato com o projeto, mais informações estão disponíveis no Instagram da iniciativa (@sosnegociosgauchos). Para cadastrar um negócio, a inscrição é feita por meio de formulário.

## Conheça a rede criada para divulgar negócios afetados pelas enchentes no RS

**STÉFANI RODRIGUES**

@stefanirodrig

Em meio às adversidades causadas pelas enchentes que atingiram o Estado, uma luz de esperança surge por meio de cada projeto pensado para acolher e auxiliar os atingidos. O projeto SOS Negócios Gaúcho é uma destas iniciativas, que busca oferecer suporte e solidariedade às empresas que enfrentam desafios neste momento.

Idealizado por Rafaela Rocha, o projeto nasceu da constatação da urgente necessidade de apoio às empresas gaúchas que foram duramente afetadas pelas cheias recentes. Ressaltando a importância de agir rapidamente em momentos de crise, a estudante de Relações Internacionais percebeu, durante o voluntaria-

do em abrigos, que alimentar e vestir a população era o suficiente agora, mas somente com trabalho e empresas restabelecidas as pessoas conseguiriam se reestruturar.

O projeto, que conta com o apoio de uma equipe de aproximadamente 35 voluntários, derivou de outra iniciativa da estudante: o Info Abrigo RS. Os voluntários, de acordo com Rafaela, são amigos que estão em cidades pouco afetadas. Ansiosos e com vontade de ajudar, entraram de cabeça na ideia da estudante, primeiro cadastrando pessoas que estão em abrigos e buscavam familiares, e agora recebendo o cadastro de empreendedores e empreendedoras que buscam a divulgação de seu trabalho.

O objetivo do SOS Negócios

Gaúchos é centralizar informações sobre os negócios afetados e promovê-los. Por meio de um formulário online, as empresas podem se cadastrar e compartilhar suas histórias, necessidades e contatos, facilitando o acesso a potenciais clientes e parceiros. A ideia é montar um catálogo online, agrupando serviços semelhantes e servindo de vitrine para quem deseja apoiar.

Além disso, o projeto oferece suporte voluntário na gestão de redes sociais. “Assim que publiquei no meu Instagram, uma menina que não estava no nosso grupo inicial de voluntários me contactou e disse que também se sentia assim como nós, ansiosa em não conseguir ajudar na linha de frente. Quando ela leu sobre o projeto, se ofereceu para atuar

RAFAELA ROCHA/ARQUIVO PESSOAL/DIVULGAÇÃO/JC



Rafaela Rocha é a idealizadora do SOS Negócios Gaúchos

como social media para empresas que estivessem precisando, gratuitamente por um tempo, para ajudar a se restabelecerem”, conta Rafaela.

A divulgação do projeto está sendo feita de maneira orgânica, através das redes sociais e do apoio de figuras públicas, como

o músico Neto Fagundes, que irá participar de uma live para promover a iniciativa. A expectativa é que o projeto cresça ainda mais e possa alcançar um número cada vez maior de empresas e voluntários dispostos a contribuir para a reconstrução do Estado.

## CONEXÃO rede, restaurantes



Conhece mais iniciativas que têm como objetivo fortalecer negócios atingidos pela tragédia climática? Compartilha com o GE pelo Instagram (@jcgeraçaoe).

# Projeto divulga operações gastronômicas afetadas pela enchente em Porto Alegre

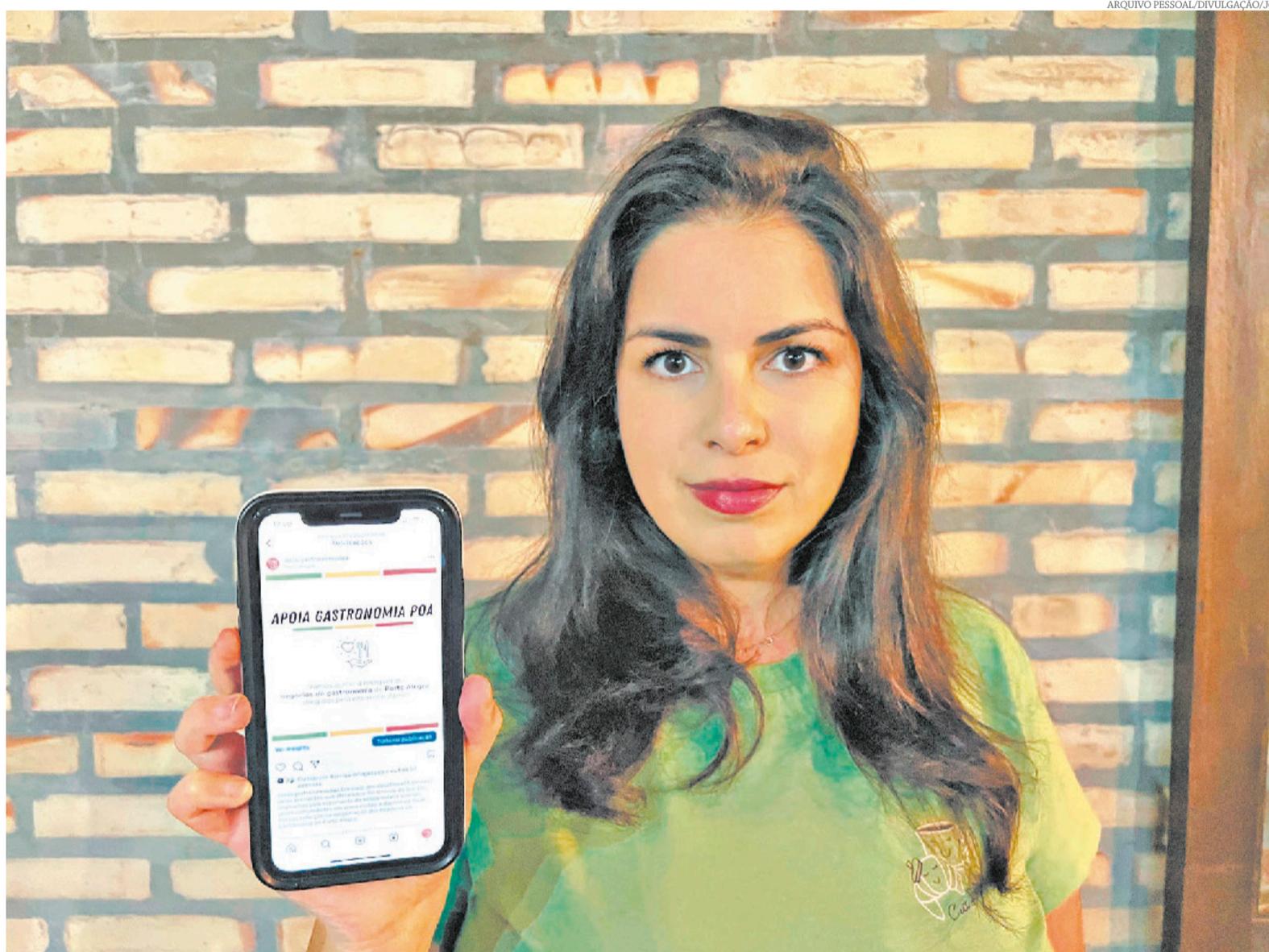
O Apoiar Gastronomia POA tem como objetivo dar visibilidade a bares e restaurantes atingidos pela enchente na capital gaúcha

**ISADORA JACOBY**  
@isajacoby

Pensando em apoiar os negócios de gastronomia atingidos pela enchente em Porto Alegre, Ju Palma, que comanda a Palma Conteúdo, empresa focada em gestão de redes sociais para negócios do segmento, criou o projeto Apoiar Gastronomia POA (@apoiargastronomiapoa). A iniciativa tem como objetivo dar visibilidade a bares e restaurantes afetados e entender quais as demandas de cada negócio neste momento.

O *insight* para criar o projeto veio a partir da impossibilidade de atuar na linha de frente no amparo às vítimas das enchentes. Ju conta que, próximo do feriado de 1º de maio, quando começaram os impactos das enchentes em diversos pontos do Estado, foi a Curitiba e ficou impossibilitada de retornar para Porto Alegre. “Fiquei angustiada de não saber como ajudar, vendo amigos colocando a mão na massa, indo para a linha de frente, e só conseguia ajudar doando dinheiro e compartilhando no Instagram”, conta.

Assim, surgiu a ideia de usar a sua expertise na comunicação e produção de conteúdo para gastronomia como um ativo para ajudar restaurantes e bares neste momento adverso. “Além dos meus clientes de gastronomia, comecei a reparar que vários bares e restaurantes que frequento, empreendedores de gastronomia que consumo, tiveram suas casas ou seus negócios alagados, ou estavam



Ju Palma está à frente do Apoiar Gastronomia POA, projeto que tem como meta divulgar os estabelecimentos que sofreram prejuízos

fechados por causa da falta de fornecimento de água. Vi várias iniciativas surgindo, de apoiar os negócios e os produtores gaúchos. Como já trabalho com gastronomia, resolvi criar esse projeto para ajudar os bares e restaurantes desse ramo”, explica a empreendedora.

Através de um formulário, Ju recolhe informações sobre os negócios atingidos e entende o que mais precisam neste momento: ajuda na limpeza, retomar o fluxo de clientes, doações em dinheiro, conquistar novos públicos. “Pego uma fala dos empreendedores e compartilho a necessidade deles”, explica.

Através do Instagram (@apoiargastronomiapoa), ela divulga informações sobre as

operações, como a proposta do negócio, de que forma estão operando e quais foram os principais impactos.

“Com o passar dos dias, quero trazer mais conteúdos. Não quero que esse Instagram seja só um guia de lugares, mas que a gente possa trazer outros conteúdos sobre esse momento e achar maneiras de ajudar esses espaços”, pondera a empreendedora.

Por vivenciar há anos o segmento da gastronomia, ela pontua como é difícil ver lugares clássicos, como operações do Centro Histórico, região que foi duramente atingida pelas águas, correndo risco de não conseguirem retomar.

“Podemos ajudar dando

voz para esses restaurantes que foram bem atingidos. São lugares queridos, que a gente não gostaria de ver fechados. Queremos que eles retomem a sua clientela de antes, que os clientes não desistam de ir nos lugares”, projeta Ju, que também desenvolveu outra frente de contribuição, desta vez pensada para os produtores do Estado.

Em parceria com a jornalista Bruna Paulin, criou a iniciativa Guia do Produtor Gaúcho (@guiadoprodutorgaucha), que tem como foco dar visibilidade para produtores do Rio Grande do Sul e conectar esses negócios com o restante do País.

“A Bruna, minha amiga, teve a ideia e eu executei.

Como estamos divulgando os produtores do Sul, a ideia é conectar pequenos produtores que vendam em outros estados e as pessoas não sabem, ou que até nem vendam, mas abrirem essas portas para que outros empórios, armazéns, comprem desses produtores”, explica sobre o projeto, destacando que a ideia é fortalecer toda a cadeia que envolve a gastronomia, dos fornecedores de insumos aos bares e restaurantes.

“Nossa economia é um círculo, restaurando um, restauramos todos”, acredita.

Até o momento, a iniciativa conta com cerca de 700 seguidores e 16 negócios divulgados.

ARQUIVO PESSOAL/DIVULGAÇÃO/JC

## INSPIRAÇÃO

*solidariedade, pets*

# Ateliê focado em peças de festa passa a produzir roupas para animais resgatados

**STÉFANI RODRIGUES**

@stefanirodrig\_

As adversidades causadas pelas recentes enchentes levaram muitas pessoas a buscarem formas de ajudar. Maríndia Félix, estilista que está à frente de um ateliê especializado em vestidos de luxo para festas, passou a costurar roupas e camas para pets acolhidos em abrigos.

Desde os primeiros acontecimentos, a empresária foi voluntária em diversas frentes. No entanto, sentindo-se esgotada física e emocionalmente, Maríndia deixou a linha de frente, mas não a vontade de fazer a diferença. Pensando em como ajudar, a estilista percebeu que as pessoas estavam recebendo ajuda e doações, mas os animais estavam desassistidos.

Após receber relatos de protetores de que os animais resgatados estavam sofrendo com o frio e, em alguns casos, morrendo de hipotermia, Maríndia decidiu usar suas habilidades para fazer a diferença. “Comecei a ver as pessoas resgatando os bichinhos, alguns tremendo de frio nos vídeos, e pensei que esta era uma coisa que eu consigo fazer rápido e ajudar com o meu trabalho, que é costurar”, compartilha a estilista.

Inicialmente, Maríndia utilizou os tecidos que tinha em seu ateliê, mas logo a demanda cresceu e a empresária pediu ajuda a quem pudesse doar materiais para a confecção das peças. “O que mais me tocou foi ver eles nos abrigos deitados em cima de papelão, muitos até no chão, então comecei fazendo caminhas”, relata a empreendedora.

A partir daí, ela passou a fazer mantas e, atualmente, está focada na produção de roupas para manter os animais aquecidos por mais tempo. Até o momento, já produziu cerca de 600 camas, 400



**Maríndia Félix, que antes tinha como foco roupas para festas, começou a produzir camas e roupas para animais resgatados durante a enchente**

mantas e aproximadamente 300 roupas. A produção das peças está sendo feita sob demanda. Os abrigos fazem solicitações e a ONG Vet de Rua está centralizando a organização para garantir que as doações cheguem aos lugares com maior necessidade.

Maríndia conta com a ajuda de duas voluntárias que moram no mesmo condomínio e sua mãe para a produção das peças. “Elas não tinham experiência em costura, mas agora já estão costurando. É incrível poder ensinar o que sei e ao mesmo tempo ajudar”, emociona-se com o apoio.

Para quem deseja realizar doações de matéria-prima, o contato pode ser feito por meio do Instagram do ateliê (@maríndiafelixdesigner).



**Demanda pelas peças cresceu e a empreendedora pediu ajuda para receber doação de matéria-prima**

THAYNÁ WEISSBACH/JC

THAYNÁ WEISSBACH/JC