

DIRETORES
Antônio Carlos Coutinho Nogueira
José Bonifácio Coutinho Nogueira Filho

CONSELHO EDITORIAL
Antônio Carlos Coutinho Nogueira,
Ciro Porto, Ivair Salgueiro,
José Bonifácio Coutinho Nogueira Filho,
Liana John, Paulo Nogueira-Neta, Rogério Salazar,
Sérgio Salvati, Suzana Machado Padua

DIRETOR EDITORIAL | Giro-Porto

EDITORES EXECUTIVOS
Liana John | Valdemar Sizenil

EDITORES
Luiz Figueiredo | Maristela Ribeiro

DIREÇÃO DE ARTE E PRODUÇÃO GRÁFICA
Matheus Jeremias Fortanato

FOTOGRAFIA
Agostinho Matos, Carlos Alberto Coutinho,
Claudimir Picotari, Genser Trivelato,
Guy Marconelli, Jaime Bórguez,
Joaquim Rodrigues, Saulo Coutinho,
Silvestre Silva

COLABORADORES DESTA EDIÇÃO
Adriano Gambiarini, Amanda Pimentel,
Edith Gonçalves, Fernando Kasubi,
Henri Sacconi, João Prudente, Marcos Correia,
Marcos Elert, Renato Marinho, Tiago Campos

JORNALISTA RESPONSÁVEL
Ciro Porto (NR 20.404)

ADMINISTRAÇÃO E PUBLICIDADE
Gerente comercial | Rubens Rosa
Circulação | Talita Cristina Ribeiro
Distribuição | Fernando Dinizaglia
Impressão | Globo Cochrane

PARA ANUNCIAR:

Gerente Comercial (011) 3776-0083 - 095-9520833
rubens.rosa@terra.com.br

SUCURSAL PAULISTA

Sulzinger, Mendonça - terra.sucursalpaulista.com.br
Sulzinger, Mendonça - atendimento@sucursalpaulista.com.br
Av. Conselheiro Caria Leme, 1826, 11 andar - 01045-005
CEP: 01452-002 - São Paulo - SP
terragente@sucursalpaulista.com.br
(11) - 3816.1000

REPRESENTANTES

Belo Horizonte: Sérgio Lacerda
smp@sergiolacerda.com.br - (31) 3282.3783

Brazilia: Pedro Albeita
pedroalbeita@fronterasamazonicas.com.br
(61) 3321.9100 - (61) 9659.6647

Mato Grosso/Mato Grosso do Sul:
Luziane de Oliveira - fringes@opwv.com.br
(65) 9235.7446 - (67) 9602.3419

Campanha: Alexandre de Lacerda
contato@terragente.com.br

Blumenau/Prata: Marcelo Tajava
marcelo_tajava@yolhu.com.br

São Carlos: Rafael Buccione
rafaelbuccione@yolhu.com.br

Porto de Galinhas/Maria: Alexandre
maria.terragente@yolhu.com.br

Varginha: Pedro Henrique Mendonça
pedrohug@yolhu.com.br

ANÚNCIOS E PATROCÍNIOS

Buscamos anúncios institucionais e comerciais em formatos tradicionais. Terra da Gente reforça a busca de patrocínios das seções e colunas fixas. Fale com nossos representantes.

CRPA

Associação Brasileira
de Editores de Jornais e Periódicos

A revista Terra da Gente é uma publicação mensal de Terra da Gente/Produção e Distribuição, sob o patrocínio da Grupo EPTV.

ANER
Associação Nacional de Editores de Jornais e Periódicos



DEDO DE PROSA

LIANA JOHN

Suspensos por um fio

Um primata e uma fruta, um do Nordeste e uma do Sudeste, ambos da Mata Atlântica. Nesta edição tratamos de duas espécies mencionadas em textos antigos, dos séculos 16 e 17, cujo estado de conservação se deteriorou muito, a ponto de elas serem quase esquecidas.

Em um caso, o do macaco-prego-galego, pesquisadores se uniram para recuperar todo tipo de informação sobre a espécie – entre referências bibliográficas antigas, histórias populares e novos levantamentos científicos – com o objetivo de traçar um plano de conservação de emergência. Além de manejar os grupos de macacos isolados procurando aumentar a população, ainda é preciso afastar as pressões de caça para abastecer o tráfico de animais silvestres, perda de habitat devido a desmatamentos e competição com espécies invasoras.

No segundo caso, o da fruta cambuci, a principal esperança reside no plantio comercial, estimulado pela venda de polpa congelada e doces. Se os consumidores mais jovens tomarem gosto por antigas receitas feitas com cambuci – ou se dispuserem a inventar novas – a árvore pode emergir do passado e retomar seu lugar por meio de reflorestamentos ou até nos quintais e nas ruas das cidades paulistas e mineiras, hoje localizadas sobre a área original de distribuição da espécie.

É importante ressaltar, em ambos os casos, o papel dos consumidores no esforço para reverter as ameaças de extinção. Embora os especialistas estejam diretamente envolvidos na avaliação do status do macaco-prego-galego e na elaboração dos tais planos de conservação, quem decidirá se eles vão funcionar são os habitantes de Pernambuco, Paraíba e Rio Grande do Norte e os turistas em visita ao Nordeste, com a decisão de não comprar animais silvestres como mascotes. No caso do cambuci, os comerciantes de frutas, os confeitadores e os de restaurantes podem se empenhar em reavivar a memória cultural, ao colocar o sabor do cambuci em oferta, mas quem fará diferença mesmo serão os consumidores com suas decisões de compra.

Muitos animais e plantas da Mata Atlântica estão perto dos limites de resistência, após séculos de agressões derivadas de atividades humanas. Eles estão suspensos por um fio. E nós precisamos fazer mais do que esperar que o fio agüente. Precisamos multiplicar nossas ações e contribuir para tecer reforços, amparando estas e outras espécies igualmente ameaçadas na eterna batalha pela sobrevivência.