

adiante



0 FATOR HUMANO

Revista de Psicologia da UFPA

Volume 45, Número 1, 2013

ISSN 1677-0473

www.revista.ufpa.br

editorial

A prática do **discurso**

O desafio que no momento se impõe ao setor privado brasileiro é o de transformar em prática o discurso da sustentabilidade. Embora o tema esteja na boca dos executivos e nos relatórios das corporações, ainda são poucos os que ousam torná-lo realidade.

A sustentabilidade exige das empresas e instituições financeiras a quebra de paradigmas e uma nova gestão, apta a incorporar as questões socioambientais à sua estratégia e ao seu dia-a-dia. Nada disso se concretiza sem a participação do público interno e a formação de um time especialmente treinado para atuar nesse novíssimo ambiente de negócios — do presidente do banco ao bancário, do executivo ao chão de fábrica.

A reportagem de capa desta edição ilustra como esse engajamento necessário ainda é incipiente — embora crescente. Um bom termômetro está na oferta cada vez maior de cursos e treinamentos voltados à sustentabilidade e na contratação de funcionários para atribuições que antes não eram contempladas no setor privado.

Não foi pouco o que se caminhou para chegar a este ponto. A historiadora Samyra Crespo, em entrevista a seguir, mostra que a conscientização socioambiental — germinada pelos movimentos populares — se espalha pelo setor empresarial por forças do mercado, que por sua vez é cobrado por uma sociedade cada dia mais exigente.

Mas um novo caminho ainda tem de ser desbravado, especialmente em setores críticos para a economia brasileira, como o do agronegócio, que se vale de fórmulas ultrapassadas e precisa buscar técnicas sustentáveis para incorporar valor ao seu produto e gerar trabalho e renda — a exemplo de iniciativas tomadas por pequenas propriedades rurais.

A sustentabilidade só deixará de ser promessa para se tornar real por meio de experiências concretas, como a da eficiência e conservação de energia e a da construção de transparência entre as empresas e seus públicos de relacionamento.

Desse alerta e muitas propostas é feita esta edição de ADIANTE.

Boa leitura

correiio

A REDAÇÃO RESERVA-SE O DIREITO DE EDITAR O CONTEÚDO E REDUZIR O TAMANHO DAS CARTAS.

@ E-MAIL
redacao@revistaadiante.com.br

TELEFONE
(11) 3284-0754

ESCREVA PARA
Alameda Itu, 513 - São Paulo - SP - 01421-000

Para receber nosso boletim eletrônico e ser informado sobre eventos do GVces, cadastre-se no site <http://www.ces.fgvsp.br>



Recebi o nº 2 da revista e, como os anteriores, está em excelente nível. O contraponto ao texto de Márcio Pochmann está muito interessante e preciso. Sempre é bom separar as *llocllas* dos fatos. Um comentário sobre a matéria de capa, o microcrédito. Achei que faltaram informações sobre algumas iniciativas interessantes, como a do Banco Palmas, de Fortaleza, e seus desdobramentos. É um trabalho muito bem fundamentado, voltado para a economia solidária e que possui até uma moeda social própria, que circula apenas na comunidade.

TARCISIO CARDIERI — Administrador de empresas

RESPOSTA DA REDAÇÃO: Na apuração da reportagem sobre microcrédito conhecemos o trabalho do Banco Palmas e, na edição seguinte (nº 3), dedicamos uma matéria exclusivamente a ele.

Parabéns pelas excelentes reportagens multifacetadas e macroorientadas que fundamentam as opções socioambientais. É preciso desconstruir princípios da economia clássica e compreender a economia como um sistema aberto que só funciona sustentado pelo meio ambiente. Somente ao (re) fazer as contas de produção e consumo, internalizando os custos ambientais (como esgotamento dos recursos e poluição) e sociais, poderemos enfrentar o desafio da sustentabilidade. Não incluir a variável ambiental nessa equação é um erro de cálculo.

FERNANDA D'ELIA
República de Cabo Verde

ADIANTE é uma revista muito interessante! Parabéns a toda a equipe. Estava faltando um espaço de comunicação sobre sustentabilidade que abordasse os desafios concretos e mantivesse, ao mesmo tempo, o debate aberto. Acho

que seria muito bom, no caso de recursos humanos, olhar o outro lado: como as pessoas qualificadas nessa área podem oferecer seus serviços? Talvez fosse o caso de abrir um espaço para que ambos os lados se encontrem...

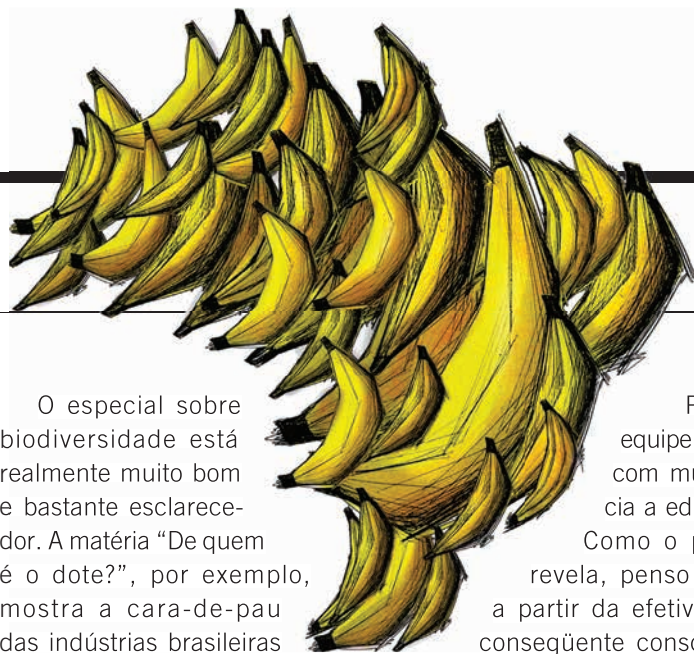
MARY ALLEGRETTI — Antropóloga e professora visitante da Universidade da Flórida

RESPOSTA DA REDAÇÃO: Inauguramos, a partir desta edição, um espaço voltado à publicação de anúncios de recursos humanos dedicados aos profissionais que atuam na área da sustentabilidade.

Gostaria de cumprimentá-los pela capa da nova revista ADIANTE. Está muito bonita. Além disso, o conteúdo das matérias tem me impressionado cada vez mais!

LUCIANA UNIS COENTRO
Analista de custos da Rohm and Haas Química





O especial sobre biodiversidade está realmente muito bom e bastante esclarecedor. A matéria “De quem é o dote?”, por exemplo, mostra a cara-de-pau das indústrias brasileiras — além dos seus conceitos distorcidos — e a submissão que ainda permeia a mentalidade de muitos brasileiros.

O gerente-executivo da CNI, Maurício Mendonça, diz que a “Natura faz repartição porque optou por uma atitude condizente com sua estratégia institucional, tentando fazer tudo dentro da legalidade”. Lógico, agir dentro da legalidade só se essa postura fizer sentido com a estratégia institucional. Faça-me o favor! Se não faz, alguma coisa está muito errada.

E o advogado do ISA, Fernando Mathias Baptista, justifica a necessidade de um consenso geral sobre o acesso à biodiversidade e repartição de benefícios com o seguinte argumento: “A falta de um acordo sobre o tema faz com que as leis dos países provedores de recursos não sejam respeitadas pelos países usuários”. Oras, vá um brasileiro desrespeitar as leis em qualquer um desses países que vêm aqui usurpar nossos recursos naturais e nos explorar para ver o que acontece. Nós não podemos, mas eles podem. Já passou da hora de o Brasil começar a se impor.

Parabéns pelo material de ótima qualidade que estão produzindo!

BRUNO PINHEIRO
Jornalista

Parabéns a toda equipe que desenvolve com muita competência a edição da revista. Como o próprio nome revela, penso que somente a partir da efetiva educação e conseqüente conscientização de pessoas é que a sociedade poderá olhar sempre adiante.

Permitam-me retificar parte da informação presente no texto “Princípios do Equador em Revisão”, na seção de Notas da edição de março. Na verdade, com a anuência aos Princípios do Equador, os bancos se comprometem a avaliar elementos socioambientais para projetos intitulados de *project finance*, cujo valor total seja igual ou superior a US\$ 50 milhões.

Neste mesmo contexto, dentre as alterações propostas pela IFC, está o novo valor de corte para a análise desses projetos, que passa a ser de US\$ 10 milhões.

SANDRA STACIONI SAITO
Banco Bradesco
Área de Responsabilidade
Socioambiental

Foi com grata surpresa que recebi a revista *ADIANTE*, durante a COP 8, recém-concluída em Curitiba. A revista é bastante informativa, de agradável leitura e com posicionamentos bastante equilibrados. Parabéns ao *staff* pelo ótimo conteúdo.

ALBERTO NINIO
Lead Counsel
Environment & International Law
Legal Vice Presidency - The World Bank

ISSN: 1809-3639

adiante
INOVAÇÃO PARA A SUSTENTABILIDADE

Escola de Administração de Empresas
de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas

DIRETOR: Fernando de Souza Meirelles



PUBLISHER E JORNALISTA RESPONSÁVEL:
Luciano Martins Costa (Mtb 10.846)
EDITORAS

Amália Safatle e Flavia Pardini
REPÓRTER

Gustavo Konda

PROJETO GRÁFICO E DIREÇÃO DE ARTE

Marco Cançado

PRODUÇÃO EDITORIAL

Alice Queiroz

REVISÃO

J.G. Moura Ribeiro

COLABORARAM NESTA EDIÇÃO:

Gladis Ribeiro, Pedro Bicudo, Regina Scharf, Samuel Casal
ENSAIO FOTOGRÁFICO: Germano Neto

PUBLICIDADE

Contato: comercial@revistaadiante.com.br

REDAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO

Alameda Itu, 513

01421-000 São Paulo

Telefone (55-11) 3284-0754

IMPRESSÃO:

Vox Gráfica e Editora

DISTRIBUIÇÃO:

Distribuidora Grupo Estado e Logistech Distribuidora

Para adquirir, em São Paulo, números avulsos, edições
anteriores e repartes corporativos:

(11) 3281-7875 e 3281-7790 ou livrariagv@fgvsp.br

CONSELHO EDITORIAL:

Amália Safatle, Flavia Pardini, Gladis Ribeiro, Luciano
Martins Costa, Mario Monzoni e Rubens Mazon

CONSELHO CONSULTIVO GVces:

Fabio Feldman (Fórum Paulista de Mudanças Climáticas
e Biodiversidade), Heloisa Bedicks (Instituto Brasileiro de
Governança Corporativa – IBGC), Luiz Maia, Luiz Ribeiro,
Nelmar Arbex (Natura), Paulo Vanca, Ricardo Young
(Unihethos), Sergio Esteves (AMCE Negócios Sustentáveis),
Tamas Mackray (Willis Harman House).

PARCEIROS FUNDADORES

Fazendo mais que o possível  **BANCO REAL**
ABN AMRO

ODEBRECHT

Os artigos, ensaios, análises e reportagens assinadas
expressam a opinião de seus autores, não representando,
necessariamente, o ponto de vista das organizações
parceiras e do GVces.

É necessária a autorização dos editores, por escrito, para
reprodução do todo ou parte do conteúdo desta publicação.

TIRAGEM DESTA EDIÇÃO: 15.000 exemplares

notas

UNIDADES DE CONSERVAÇÃO

O TAMANHO DO BURACO

A organização não governamental The Nature Conservancy (TNC) mediu o *gap* existente entre a quantidade de recursos disponíveis para financiar as Unidades de Conservação (UCs) e o volume necessário para promover a melhoria e a manutenção dessas

áreas. As UCs correspondem a 10,7% do território nacional e são consideradas peças-chave para a conservação da biodiversidade brasileira. Os resultados foram apresentados num evento paralelo da 8ª Conferência das Partes sobre a Convenção da Diversidade Biológica (COP 8), realizada em março, em Curitiba.

Segundo a TNC, a quantidade de recursos disponíveis (apenas do orçamento federal) é de US\$ 144 milhões anuais, enquanto o volume originado de fundos federais

de conservação soma US\$ 160 milhões. Já a necessidade real é bem maior: os investimentos básicos para o aparelhamento e funcionamento mínimo das unidades federais e estaduais chegam a US\$

803 milhões, enquanto os custos de manutenção representam US\$ 262 milhões

ao ano. “Há uma necessidade urgente de contratação de pessoal de campo”, afirma Ana Cristina Barros, representante nacional da TNC.

O cálculo não inclui as despesas provenientes de regularização fundiária. Segundo o Ministério do Meio Ambiente, cerca de metade das UCs precisa de algum tipo de regularização dos títulos de posse de terra e aproximadamente 25% requer pagamento de indenizações. — *por Amália Safatle*



RESERVAS LEGAIS

Tática anti-MST

Não é que os fazendeiros tenham subitamente aderido à causa ecológica: uma jurisprudência no Pontal do Paranapanema levou muitos deles a buscar regularizar suas reservas legais, áreas destinadas à preservação ambiental, para se prevenir de invasões do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra.

Gilson Carlos Bicudo, supervisor do Departamento de Proteção de Recursos Naturais (DPRN) de Teodoro Sampaio (SP), esclarece que o não-cumprimento da legislação ambiental implica não-cumprimento da função social, o que abre um flanco nos proprietários de terra e pode dar ganho de causa à ocupação do MST. Segundo Bicudo, como as fazendas na região são extensas, as áreas que se transformaram em reservas legais é significativa. “Só uma delas tem mil hectares”, diz. (AS)



SEM-TERRA: o movimento acaba levando à proteção ambiental

EMPRESAS

QUAL É SUA PEGADA SOCIAL?

Assim como podem avaliar sua pegada ecológica — o impacto no meio ambiente —, as empresas ligadas à sustentabilidade agora têm meios para medir matematicamente sua pegada social. O Centro para a Inovação Sustentável, organização americana sem fins lucrativos, em parceria com a Universidade de Groningen, na Holanda, acaba de lançar o Social Footprint, um método para avaliar até que ponto as iniciativas de responsabilidade social corporativa contribuem para avançar em direção à sustentabilidade. A idéia é calcular de maneira simples o verdadeiro *bottom-line* social das companhias, por meio de comparações expressas em frações ou quocientes. Por exemplo, se uma comunidade precisa de R\$ 10 milhões por ano para educação, mas gasta apenas R\$ 2 milhões, seu quociente nessa área é de 0,2 — qualquer número abaixo de 1 é considerado insustentável. — por Flavia Pardini

PAPEL E CELULOSE

QUEM NÃO SE COMUNICA...

A Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa), que congrega todas as fabricantes do setor, acaba de lançar um plano de comunicação com o objetivo de aproximar as empresas da sociedade civil e buscar um diálogo com seus representantes. O episódio da Aracruz, invadida pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra em 8 de março, é emblemático da falta de entendimento entre os dois lados.

“O nosso setor é bem conhecido e tem uma boa imagem quando se fala em indicadores econômicos como produção, exportação e investimento. Mas há um desconhecimento da sociedade em relação à nossa atuação ambiental e social. E, quando não existe informação, prevalecem as impressões negativas”, diz Osmar Zogbi, presidente da Bracelpa.

Para corrigir a falha, as empresas do setor concordaram em realizar uma série de eventos para pôr as críticas na mesa, promover o encontro entre organizações não governamentais, agrônomos e cientistas e procurar uma forma conjunta de solucionar as questões. “Se, por exemplo, um dos problemas for a baixa geração de empregos, podemos substituir a mecanização por postos de trabalho. O custo da imagem pode ser mais alto que o da mão-de-obra”, afirma Zogbi.

O setor também é freqüentemente criticado por formar “desertos verdes” e ocupar áreas extensas com a monocultura do eucalipto. “Vamos mostrar que preservamos áreas de florestas nativas equivalentes a quase o dobro das áreas plantadas e usamos terras degradadas e não agricultáveis”, diz o executivo. (AS)

AGRICULTURA



Cardápio restrito

As dez maiores empresas de sementes, após sucessivas aquisições e fusões, controlam hoje metade das vendas no mundo. Tanta concentração põe em risco a segurança alimentar e reduz as oportunidades para pesquisa, desenvolvimento e inovação. É o que sustenta o Erosion, Technology and Concentration (ETC) Group, organização não governamental canadense que defende a diversidade biológica e cultural e os direitos humanos.

De acordo com documento do ETC Group que circulou nos corredores da 8ª Conferência das Partes sobre Diversidade Biológica, o mercado mundial de sementes movimenta cerca de US\$ 21 bilhões por ano. O ranking é encabeçado pela Monsanto, com US\$ 2,803 bilhões, seguida pela também americana DuPont/Pioneer, com US\$ 2,6 bilhões, e pela suíça Syngenta, com US\$ 1,239 bilhão. Segundo o ETC, essas três companhias lideram ainda a lista das maiores fabricantes de agrotóxicos, mercado que soma US\$ 35,4 bilhões em vendas globais.

O ETC também chama a atenção para os movimentos da Monsanto além da soja e do milho. Com a compra da Seminis em 2005, a companhia buscou a liderança em alimentos de maior valor agregado, como feijão, pepino, pimenta, tomate e cebola. (Leia reportagem sobre agricultura nesta edição.) (AS)

notas

ENERGIA

IDÉIAS RENOVADAS

A prática ganha adeptos nos Estados Unidos, mas ainda inexistente no Brasil: o comércio voluntário de créditos de energia renovável, ou de Tradeable Renewable Certificates (TRCs). São papéis que representam o investimento realizado em empresas ou projetos de energia alternativa, como eólica, solar e biomassa. Nos EUA, os TRCs são negociados por pessoas jurídicas e até mesmo físicas, por meio de empresas especializadas que atuam como *brokers*. O valor inicial do crédito é a diferença entre o custo de geração da energia convencional e o da renovável.

O consultor do Instituto Ecológica, Marcelo Aguiar, que trabalhou na organização não governamental Center for Resource Solutions, em San Francisco, Califórnia, propõe a realização de um estudo de viabilidade desse mecanismo de financiamento para o Brasil. Seria uma forma de estimular o desenvolvimento do mercado de energia renovável, ainda dependente de linhas governamentais como o Programa de Incentivo às Fontes Alternativas de Energia Elétrica (Proinfa).

O Center for Resource Solutions (www.resource-solutions.org) criou uma certificação, chamada *green-e*, que é concedida a quem investir nesses projetos. Assim, as empresas interessadas em associar a imagem à responsabilidade socioambiental compram créditos das companhias que atuam na área de energia alternativa e podem imprimir o selo em seus produtos. A ONG já registrou a comercialização de créditos verificados correspondentes a 3.916 gigawatts/hora de energia renovável. Por meio do site, cada americano também pode calcular sua “pegada energética”, ou seja, medir o impacto ambiental gerado pelo consumo de energia fóssil e compensá-lo por meio da compra dos créditos. — por Amália Safatle

Uma alemã no circuito

A Conergy, empresa alemã do segmento de energias renováveis, acaba de desembarcar no Brasil. A subsidiária brasileira foi aberta em março e vai operar como sede regional da companhia para a América Latina. O objetivo inicial será a geração de energia solar térmica, com a participação em licitações dos governos federal e estaduais para fornecimento a comunidades. “Este é o mercado tradicional da Conergy”, diz Peter Gross, representante da empresa no Brasil.

Lá fora, a Conergy não se limita a transformar a luz do sol em energia. Há dois anos passou a atuar com biomassa, gerando eletricidade em plantas de biogás, biodiesel e etanol. A empresa atua também em *project finance*, ao comprar negócios em fase de implantação e criar fundos de investimento em energias renováveis — um mercado incipiente no Brasil.

Mas, por enquanto, ainda não tem projetos brasileiros em seu portfólio. Dois deles, de energia eólica no Nordeste e aprovados no âmbito do Proinfa, foram avaliados, mas a rentabilidade ficou abaixo da expectativa. “O vento é excelente, mas a tarifa paga pela Eletrobrás ainda não é suficiente”, diz Peter Gross.

— por Flavia Pardini

MUDANÇAS CLIMÁTICAS

OURO PARA OS MDL

O artigo 12 do Protocolo de Kyoto estabelece que o Mecanismo de Desenvolvimento Limpo (MDL), criado para ajudar os países industrializados a atingir suas metas de redução das emissões de gases de efeito estufa, deve contribuir, também, para o desenvolvimento sustentável. Pouco mais de um ano da entrada em vigor do protocolo, entretanto, esse objetivo parece “esquecido”.

Tanto que uma rede de organizações não governamentais internacionais criou o Gold Standard, um instrumento que pretende assegurar a obtenção de benefícios sociais e ambientais pelos projetos de MDL – aqueles realizados em países em desenvolvimento e que podem gerar a comercialização de créditos de carbono.

O Gold Standard funciona de maneira semelhante à certificação para produtos madeireiros, garantindo a



O SELO resgata o objetivo “esquecido” dos projetos

integridade ambiental e o desenvolvimento sustentável. O processo de verificação, registro e validação pelo Gold Standard não substitui o registro no Comitê Executivo de MDL da Convenção da ONU para as Mudanças Climáticas, mas garante a qualidade dos projetos. Michael Schulp, diretor do Gold Standard, admite que o processo para receber o selo aumenta os custos, mas garante que há benefícios financeiros para quem busca o padrão ouro. Por enquanto, apenas dois projetos chegaram à fase de registro no Gold Standard. (FP)

CERTIFICAÇÃO



UMA PAUSA PARA O CAFÉ

De nada vão valer as iniciativas ligadas ao consumo sustentável se o relacionamento entre os produtores, os compradores e os certificadores não estiver azeitado. O consumo sustentável é aquele que atende a critérios de desempenho socioambiental e econômico. É com o objetivo de costurar esses três atores que o Centro de Estudos em Sustentabilidade da Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas promoverá, ao lado do Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola (Imaflora), o workshop “Sustentabilidade na Produção de Café: O Papel da Certificação Ambiental”.

O evento, marcado para 26 de abril, vai apresentar o sistema de certificação criado pela organização não governamental Rainforest Alliance e mostrar as oportunidades de mercado criadas com o selo. A ideia é que outros segmentos de produção também sejam abordados em encontros como esse. Mais informações: www.ces.fgvsp.br. (AS)

ONGS

Tripla ação

Sete organizações não governamentais acabam de formar uma coalizão com o intuito de promover a sinergia, na sociedade civil, entre os temas biodiversidade, desertificação e mudanças climáticas. Cada uma das três questões ganhou sua própria convenção com a realização da Eco 92, e, embora intimamente relacionadas, todas passaram a desenvolver agendas separadas. “O resultado é que a turma do clima não conversa com a da biodiversidade, que não conversa com a da desertificação”, diz Fabio Feldmann, coordenador do Fórum Paulista de Mudanças Climáticas e Biodiversidade. Preocupação semelhante foi demonstrada pela ministra Marina Silva durante a 8ª Conferência das Partes da Convenção sobre Diversidade Biológica, em Curitiba.

Segundo Rubens Harry Born, coordenador-executivo da ONG Vitae Civilis, a coalizão tem como objetivo combater essa fragmentação. “Assim como na agenda internacional, nós, ONGs, começamos a nos segmentar demais”, diz. Além da Vitae Civilis, compõem a parceria a Associação Pernambucana para a Defesa da Natureza (Aspan), Associação Maranhense para a Conservação da Natureza (Amavida), Fundação Esquel Brasil, Instituto Ipanema, Fundação Vitória Amazônica e Mater Natura. (AS)

Otimista na ação

Em contraposição ao que chama de "pessimismo fundamental" dos ambientalistas, a doutora em História Social Samyra Crespo mostra que cresce a passos largos a conscientização ambiental no País. Para isso ela se vale de pesquisas que são as únicas com série histórica sobre o tema no Brasil. A diretora do Instituto de Estudos da Religião (Iser) identifica duas dinâmicas de conscientização autênticas na sociedade brasileira. A primeira parte dos movimentos populares, e a segunda, do meio empresarial, premido pelas imposições de mercado e pela descoberta de um novíssimo campo de atuação representado pelos negócios sustentáveis.

POR AMÁLIA SAFATLE

ADIANTE: Do que se trata a pesquisa que a senhora coordena?

SAMYRA CRESPO: Essa pesquisa tem uma história. Trata-se da única série histórica de dados sobre meio ambiente, sobre a história do movimento ambientalista no Brasil e sobre os temas que os ambientalistas colocam na agenda pública. Quando falo que é uma série histórica, quero dizer que essa pesquisa é feita há 16 anos, de quatro em quatro anos, com o mesmo desenho de pesquisa.

A: A mesma amostra?


SC: A mesma amostra. Então, ao longo de 16 anos, tanto na parte qualitativa do estudo como na parte quantitativa, a gente é capaz de dizer exatamente qual foi a evolução que aconteceu no período, quais os temas que caíram de moda e os temas que entraram na moda, quais foram os ambientalistas que deixaram de ter prestígio e os que passaram a ter prestígio, quais as dinâmicas dentro do movimento ambiental que fizeram com que o movimento se ampliasse, ganhasse mais bases sociais no Brasil. Também permite que a gente acompanhe a consciência ambiental da população brasileira.

Para dar um exemplo bem concreto, na primeira pesquisa tipo *survey* que fizemos com o Ibope — uma pesquisa nacional representativa da população em 1991 —, 43% das pessoas en-

trevistadas nas suas casas, quando convidadas a apontar três problemas ambientais em seu bairro, não eram capazes de apontar espontaneamente um único problema. Claro que, quando você estimulava a pergunta mostrando um cartão com as alternativas, elas falavam, mas espontaneamente não eram capazes de dizer. Quatro anos depois, esse número já caiu para 37%. Em 2001, caiu para 27%. Dez pontos percentuais é muita coisa numa pesquisa. Então, hoje nós estamos com a expectativa de que esse percentual continue caindo. Agora a pesquisa está sendo feita pelo Vox Populi. A pesquisa mostra com clareza e confiabilidade que a consciência ambiental aumenta no País, que a população consegue perceber o que é um problema ambiental e sabe indicar um problema ambiental. *(Os resultados deverão ser divulgados em 22 de maio, em Brasília)*

A: A pesquisa tem duas partes, a qualitativa e a quantitativa. Quem os senhores ouviram para cada uma delas?

SC: No *survey*, a gente faz o que chama de pesquisa nacional, são 2 mil entrevistas domiciliares. Um grande instituto de pesquisa coleta os dados e a gente compara os resultados. É representativo da população brasileira acima de 18 anos. No estudo qualitativo, nós entrevistamos líderes e formadores de opinião em seis setores diferentes: a área empresarial, o setor científico, os institutos


Não estou dizendo que todo o setor empresarial brasileiro é ambientalista, longe disso. Mas a partir de 92 tivemos iniciativas empresariais muito engajadas nessas questões





“

Há uma dinâmica ambiental de base bem popular no Brasil, formada por quebradeiras de coco, ribeirinhos, seringueiros, sem similar na América Latina

”

de pesquisa e as universidades, os parlamentares nos três níveis de governo, os técnicos governamentais — principalmente aqueles que estão nas agências de regulamentação e controle ambiental, como Ibama e Cetesb —, e os ambientalistas propriamente ditos. Principalmente os históricos e também os líderes dos movimentos sociais que estão nas redes que a gente chama de socioambientalistas, que juntaram suas lutas históricas na área social com a área de meio ambiente.

A: E quais são os principais resultados desse estudo histórico?

SC: O estudo ao longo do tempo permite dizer que o ambientalismo — que todo mundo via como moda em 92, onda provocada por uma reunião das Nações Unidas e que iria passar — mostrou que, na verdade, veio para ficar. E veio para ficar ancorado em duas dinâmicas interessantes no Brasil, que não se repetiram em outros países da América do Sul. Uma é que, pelo fato de a Eco 92 ter sido aqui, tivemos a partir daí um setor empresarial muito engajado nas questões do meio ambiente. Não estou dizendo que todo o setor empresarial brasileiro é ambientalista, longe disso. Mas existe um setor empresarial bastante atuante que criou nesses anos todos, por exemplo, nas suas confederações de indústrias, departamentos e setores de meio ambiente e responsabilidade social, conselhos de desenvolvimento sustentável. Criou também organizações para monitorar a performance social e ambiental das empresas — caso do Instituto Ethos — e para ranquear as empresas no que se refere à produção e ao consumo, caso do Instituto Akatu, do qual eu sou do conselho. Uma das vantagens de chegar aos 50 anos é que faço parte de um monte de conselhos, do Greenpeace ao Akatu, do radical ao *establishment!* (*risos*). Então, essa é uma característica muito brasileira.

A outra dinâmica é a de um movimento de origem popular mesmo. Quando a gente fala em "socioambientalismo", esta é uma palavra que mascara um pouquinho o que tem aí dentro.

Se você usar nas favelas o jargão ambientalista, não vai encontrar ressonância. Mas lá se sabe que deslizos de encostas são problemas ambientais

Porque todo mundo acha que tem sensibilidade social. Aí todo mundo fala: "O que você é? Ah, eu sou socioambientalista". E a pessoa acha que com isso está unindo o útil ao agradável, está juntando todas as virtudes, o melhor dos mundos. Mas, na verdade, o socioambientalismo no Brasil denomina uma coisa muito concreta que são os movimentos populares, por exemplo, as quebradeiras de coco, os ribeirinhos, os extrativistas, os seringueiros, alguns movimentos de atingidos por barragens. Então, existe uma base bem popular e democrática que avançou nesses dez, quinze anos no Brasil. Não existe similar disso em outros países da América Latina.





NOVENTA por cento da população brasileira se informa sobre meio ambiente por meio da televisão

A: E, por vir das bases, é muito autêntico?

SC: Sim, e o interessante é que, no fim dos anos 70, o meio ambiente era considerado coisa de veadado, de gente de classe média, de maconheiro e de gente alternativa. Todo mundo falava que era uma coisa que tinha vindo de fora. Imagina isso no Brasil, numa época de luta contra a ditadura. O discurso então era marxista e muito antipático a essas idéias que vinham dos países desenvolvidos. Fico feliz ao ver como esse movimento considerado alternativo rapidamente ganhou amplas bases na sociedade e também ganhou uma base bem popular, bem democrática, ganhou povão.

A: A senhora acha mesmo que as populações mais pobres, com pouco acesso à informação, estão conscientes das questões ambientais?

SC: Tudo depende do nome da rosa. Se você vai para as favelas ou para os movimentos populares e usa aquele jargão dos ambientalistas, provavelmente não vai encontrar muita ressonância. Porque todas as pesquisas, inclusive as internacionais e não só as nossas, mostram que a correlação mais forte entre a consciência ambiental são os fatores educação e renda. Quanto mais altas a renda e a escolaridade, principalmente a escolaridade, além da moradia em áreas urbanas, maior a consciência. Mas ocorre que hoje, no Brasil, os problemas ambientais são muito dramáticos para as populações mais pobres, tais como deslizamentos de encostas, assoreamentos de rios, enchentes.

A: Mas essas pessoas relacionam esses fatos com o desmatamento, com o lixo nas ruas, com as mudanças climáticas?

SC: Acho que elas não fazem correlações tão complexas, mas sabem que aquele é um problema ambiental, e sabem cada vez mais. Minhas pesquisas mostram que, independentemente da classe social e da escolaridade, 90% da população brasileira se informa sobre meio ambiente através da televisão. Isso também vale para as classes mais altas. E a tevê é muito pródiga em mostrar essas imagens de catástrofes. Há cada vez mais

consciência de que catástrofes urbanas, como as enchentes e as mudanças de clima, estão ligadas às questões de meio ambiente. Também se vê outro fator impulsionador, que são os programas de educação ambiental que passaram a existir a partir dos anos 90 com a aprovação da Lei de Política Nacional de Educação Ambiental nas escolas públicas e particulares.

A: Mas o chamado consumo consciente entre as camadas populares nem existe.

SC: Não. O consumo consciente é outra história. No mundo inteiro se fala em consumo verde e dos produtos *environmentally friendly*. No Brasil a gente não tem muito esse conceito, até porque aqui não há o hábito nem de ler os rótulos dos produtos que se consomem. A história das organizações de proteção ao consumidor no Brasil, como o Idec, é muito recente. Mas já existe, sim, um movimento inicial de consumo consciente. Fabio Feldmann e eu editamos três livros sobre o tema no Brasil. No primeiro, a gente entrevistou só profissionais de marketing. No segundo, os empresários que estão trabalhando com a idéia do marketing verde, e pessoas ligadas à Natureza, à biocosmética, à biotecnologia. E, no terceiro, os ambientalistas em geral. O que percebemos é que as pessoas estão consumindo de maneira mais "consciente" não por razões ambientais, mas por razões de saúde e busca de melhor qualidade de vida.

A: Essa seria então a porta de entrada para o consumo consciente?

SC: Saúde é a palavra mágica. Os produtos orgânicos e amigáveis ao meio ambiente entram nesse nicho. Mas, além disso, muita gente da classe média procura comprar produtos com menos embalagem, produtos mais duráveis e também por busca de economia. A questão do apagão, por exemplo, foi muito educativa, com a troca das lâmpadas e a conscientização de que existem aparelhos capazes de consumir menos energia. *(leia reportagem sobre energia nesta edição).*



A PESQUISA

mostra que o agronegócio é considerado o grande vilão do meio ambiente

A: Embora a gente já tenha voltado ao nível de consumo pré-apagão.

SC: Sim, mas vi uma pesquisa do setor de bens duráveis, sobre os chamados aparelhos de última geração, que são mais eficientes do ponto de vista energético, e ela mostra que há um crescimento significativo na venda desses aparelhos. Isso ocorreu principalmente após o apagão.

A: As empresas estão seguindo também essa tendência de forma autêntica, como os movimentos populares, ou se trata de um movimento *pro forma*, uma resposta às pressões da sociedade?

SC: Não é exatamente uma pressão da sociedade, é uma pressão do mercado. É por isso que ele é autêntico, porque entra na estratégia do lucro, na estratégia da sobrevivência do negócio. Claro que tem a pressão da sociedade. E a pressão da sociedade esteve na origem dessa consciência, como mostro no meu estudo. A Organização das Nações Unidas, toda vez que faz uma grande conferência, não só para o meio ambiente, mas também para a defesa dos direitos humanos ou direitos da mulher, o que quer que seja, sempre se preocupa em ter mecanismos que eles chamam de *mainstream*. Ou seja, está preocupada em como colocar aquelas idéias de vanguarda no principal leito do pensamento social e econômico. E aí, no caso do meio ambiente, desde 1992, a ONU pensou em um modelo de conferência que engajassem os empresários. E então chamaram na época o (Stephan) Schmidheiny, que na época era alto executivo da Nestlé, na Suíça, para que ele montasse uma articulação empresarial internacional a fim de que eles pudessem ser os porta-vozes para o setor empresarial. O que se notava é que os setores têm lógicas tão próprias que dificilmente os líderes empresariais convidam os líderes ambientalistas, por exemplo, para fazer uma palestra, para explicar alguma coisa. Mas eles ouvem os seus líderes.

Com base nesse formato que as Nações Unidas inauguraram ao longo dos anos 90 em todas

as suas conferências, os empresários sempre foram chamados para ser parceiros do desenvolvimento sustentável. A partir dessa articulação empresarial para a Rio 92, e antes para a confecção do Relatório Brundtland, a ONU originou o movimento de que líderes empresariais falam por seus setores. Isso, em 15, 20 anos, teve uma repercussão enorme para o *mainstream* da economia, dando origem não só a empresas que passaram a ter uma performance ambiental melhor, mas dando origem aos negócios sustentáveis. Isso, sim, é que interessa: até que ponto a própria economia se transforma para dar origem a um novo mercado, a novos produtos, novos desenhos e até direcionados ao que a gente chama de um novo consumidor. Essa é a parte interessante do que chamo de ambientalismo empresarial.

Grosso modo, o ambientalismo empresarial tem três vertentes. Uma, a da eficiência ecológica, ou seja, como uma empresa convencional gasta menos água, menos energia. Depois, outra menos convencional, a da empresa que, além da ecoeficiência, se preocupa em ter sua imagem associada ao desempenho social e então se engaja no movimento de responsabilidade social empresarial. E a terceira vertente é o que chamo de empresas ecológicas mesmo, que já interpretaram as questões do meio ambiente como diferenciadoras em um mercado altamente saturado por uma produção homogênea e se engajam quase como empresas de vanguarda nessa área dos negócios sustentáveis. No Brasil, o negócio sustentável que está dando mais certo é a produção de orgânicos. Sem ajuda do governo nem crédito, já somos o quarto maior produtor do mundo.

A: E apesar de todo o incentivo ao modelo do agronegócio convencional.

SC: Justamente. A minha pesquisa mostra que o agronegócio é considerado hoje o grande vilão do meio ambiente.

A: Esse movimento das empresas que a senhora descreve tem alguma peculiaridade

O problema existencial do ambientalista é: 'Será que já ultrapassamos o *turning point*?' Isso é o que chamo de pessimismo fundamental



brasileira ou estamos apenas seguindo a trilha dos países desenvolvidos?

SC: A peculiaridade brasileira é negativa, pois aqui as empresas pequenas e de médio porte estão fora desse movimento. E são elas as maiores responsáveis por emprego e as que mais crescem. Então, estamos falando de uma elite empresarial, do nicho das mais competitivas, que têm inserção no mercado global e são afetadas por uma queda de imagem, como Petrobrás, Vale do Rio Doce.

A: Então é porque existe uma cobrança internacional. Já as empresas que não sofrem essa cobrança, como as pequenas e médias...

SC: ...elas estão fora. Exceto essa franja ainda pouco delimitada das chamadas empresas sustentáveis, que é um mundo, é um fenômeno não estudado. São aquelas que estão fazendo painel solar, biodigestores, máquinas agrícolas menos intensivas em energia, produção orgânica, biojóias, biocombustíveis. A gente só vê a franja desse mundo porque só temos olhos para as empresas que fazem campanha na tevê. Todo mundo fala da Natura porque a Natura é top de marketing. Mas existem centenas de negócios sustentáveis em desenvolvimento, é um fenômeno a ser delimitado. E por que é mal estudado? Porque existe uma antipatia dos cientistas sociais que trabalham com meio ambiente, de achar que o empresário pode ser ambientalista.

A: Tem preconceito?

SC: Tem preconceito. Cada vez menor, porque cada vez mais os ambientalistas querem entender de mercado, muito mais do que o pessoal do mercado quer entender de meio ambiente.

A: A senhora falou sobre a mudança no meio empresarial, mas enxerga aí a possibilidade de uma troca de paradigma mesmo, por exemplo, de mudar a base energética da economia do combustível fóssil para outro tipo de energia?


SC: Acho que estamos no início dessa história.

Quem achou que o paradigma iria mudar em dez, quinze anos estava errado. Não se faz desenvolvimento sustentável por decreto. É um processo social lento e progressivo. É mudança de cultura. O Brasil não sai mal na foto. O movimento ambientalista é forte no Brasil, ao contrário do que muita gente acha. Mas existe um problema existencial para quem é ambientalista, que dá origem a esse "pessimismo básico" e aos relatórios catastrofistas, porque realmente existem processos que não dependem mais dos seres humanos. Vou dar o exemplo da mudança climática. Se todos os países do mundo parassem agora de emitir dióxido de carbono, taxa zero de emissão, ainda assim há fenômenos que não são mais reversíveis. Todo o problema existencial do ambientalista é: "Será que nós já ultrapassamos o *turning point*, num caminho sem retorno?" Então, isso é o que chamo de pessimismo fundamental. E agora eu falo como ambientalista: nós somos pessimistas no diagnóstico, mas otimistas na ação.

A: À la (Antonio) Gramsci.

SC: À la Gramsci.

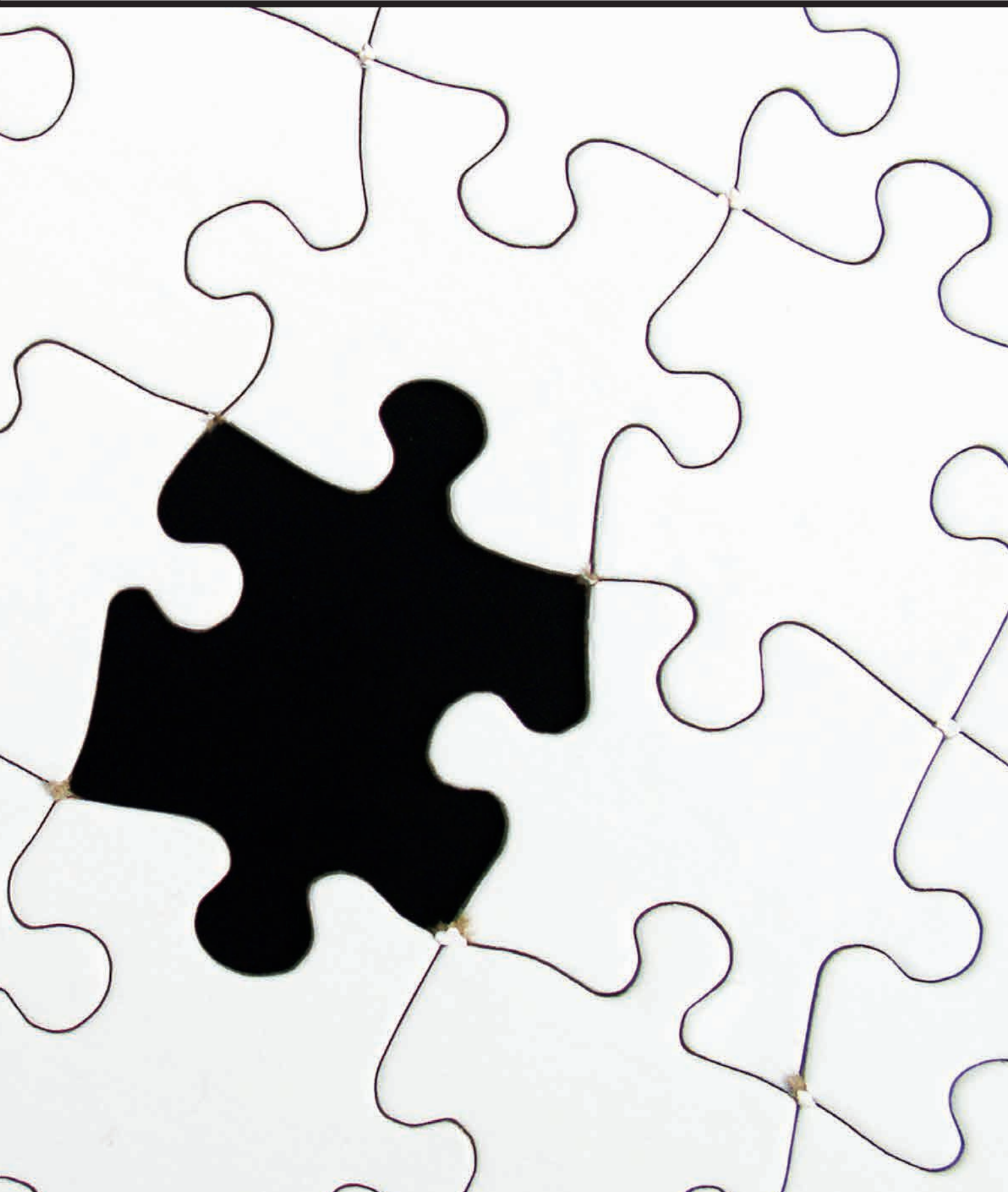





As **pessoas** são
peça-chave

AS EMPRESAS COMEÇAM A PERCEBER O VALOR DOS RECURSOS HUMANOS PARA ALCANÇAR A SUSTENTABILIDADE. E OS PROFISSIONAIS SE PREPARAM

POR FLAVIA PARDINI



ALÉM DE STAKEHOLDERS, OS FUNCIONÁRIOS SÃO, EM ÚLTIMA INSTÂNCIA, A PRÓPRIA EMPRESA



Na tentativa de transformar o discurso em prática e fechar o quebra-cabeça da sustentabilidade, as companhias cada vez mais percebem a importância de uma das partes interessadas em seu negócio: o público interno. Além de *stakeholders*, os funcionários são, em última instância, a própria empresa. À medida que a sustentabilidade é integrada à estratégia, fica clara a necessidade de profissionais do próprio negócio que não só compreendam, mas encarem as questões socio-ambientais como oportunidades de negócio.

O ritmo de abertura de vagas ainda é lento, mas a demanda pode ser sentida na proliferação de cursos voltados à gestão da sustentabilidade, que ajudarão a formar os profissionais de amanhã. Dos que atuam hoje, alguns se beneficiam de anos de experiência em várias áreas de uma mesma companhia e muitos desbravam o caminho da sustentabilidade pela curiosidade, com muita dedicação e estudo independente (*quadros nas próximas páginas*).

Até recentemente, a maior demanda encontrava-se no setor industrial, direcionada a especialistas da área ambiental. O objetivo era atender às exigências da lei sobre, por exemplo, tratamento e disposição de resíduos. Com o fortalecimento do discurso da responsabilidade

Saindo na frente

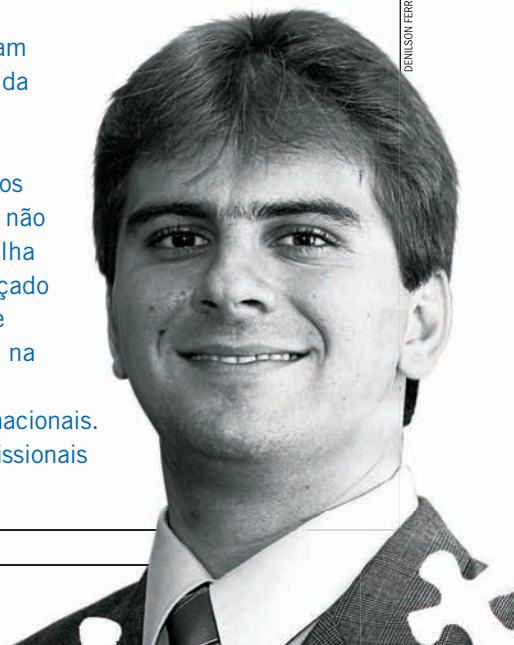
Aos 25 anos, Gustavo Pimentel tem uma história com a sustentabilidade. “Minha grande escola foi a Aiesec”, conta, referindo-se à organização internacional de estudantes. “Na faculdade tínhamos dois professores que puxavam um pouco esses temas, mas os modelos desenvolvidos nunca incluíam a problemática ambiental e a única questão social que aparecia era a educação.”

Já formado, Gustavo embarcou para a Holanda para um intercâmbio profissional – também patrocinado pela Aiesec – e trabalhou por um ano na área de recursos humanos do ABN Amro Bank. “Não gastava nem 5% do meu tempo com essas questões”, lembra. “Mas trabalhava próximo ao departamento de sustentabilidade e ajudava na coleta de dados para o relatório do banco.”

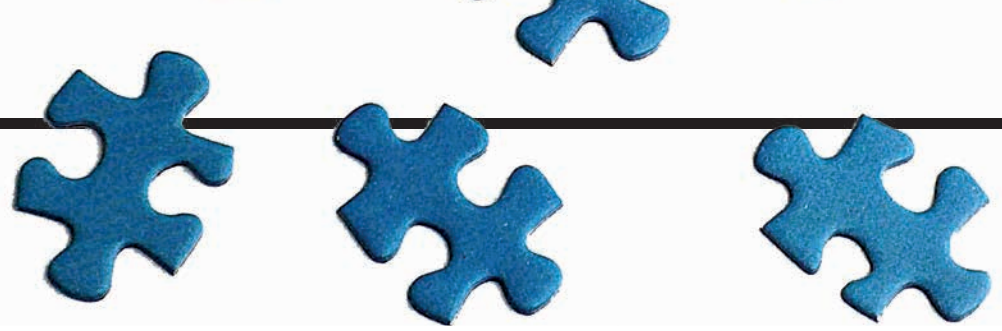
A experiência o fez perceber que dentro do banco havia pessoas que encaravam o tema apenas como mais um trabalho, e aquelas que viviam os conceitos na vida pessoal. Sua opção ficou clara no retorno ao Brasil. “Voltei decidido a trabalhar sustentavelmente”, diz.

Na SR Rating, sua primeira missão foi realizar um levantamento sobre fundos de pensão, com o viés do investimento socialmente responsável. “A partir daí não parei mais, quero continuar com esse tema”, informa Gustavo, que hoje trabalha na elaboração de ratings de sustentabilidade corporativa. Seu interesse é aguçado pela novidade que a sustentabilidade representa no mundo financeiro. “Existe uma questão teórica a ser desvendada”, anima-se. “Como incluir esses temas na valoração das ações?”

Na busca pela resposta, ele “importa” conhecimento por meio de artigos internacionais. “Esse tema ainda não existe no Brasil, mas daqui a dois ou três anos haverá profissionais com experiência suficiente na área”, calcula. “Espero estar na frente”.



DEMILSON FERREIRA/CAPITAL ABERTO



A BRASKEM se preocupa em retornar pessoas melhores à sociedade, afirma Climério Brito, diretor de Recursos Humanos



ATÉ OS ANOS 80, as empresas respondiam à legislação ambiental. Na década de 90 fortaleceu-se o discurso da responsabilidade social. Agora a questão é estratégica



ANA PAULA GUMMY, do Instituto HSBC, busca o "cidadão completo"

corporativa no final dos anos 90, apareceram diretorias específicas para cuidar do investimento social privado.

A maioria dos profissionais que ocupa tais cargos ainda é "importada" de organizações não governamentais, conhece pouco do ambiente corporativo e, em particular, do negócio em que passa a atuar. "São supervalorizados no discurso, com uma série de barreiras na prática", diz Jacques Demajorovic, coordenador do curso de graduação em gestão ambiental do Centro Universitário Senac, em São Paulo. "Eles ainda são a cereja do bolo."

Mas alguns casos recentes mostram que a incorporação da sustentabilidade na estratégia de negócio começa a fazer sentido, mesmo no setor de serviços. Com isso, surge a demanda por profissionais habilitados a lidar com as questões ambientais e sociais justamente porque conhecem as entranhas do negócio.

INTERNALIZAR O CONCEITO

O Instituto HSBC Solidiedade, por exemplo, acaba de abrir quatro novas vagas, algumas delas com o objetivo de fazer a ponte entre a área de responsabilidade social corporativa e o negócio central da empresa, o setor financeiro. O instituto atua principalmente por meio de investimento social privado – do qual 75% dos recursos são destinados à educação – no apoio a projetos ambientais e na relação com a comunidade.

"Desde o começo de 2005, estruturamos um novo planejamento para a área, faltava reforçar o conceito para dentro", diz Ana Paula Gummy, diretora-executiva do instituto. "O desafio é pegar essa linguagem, que não é do business, e levar para o business." Para isso uma das vagas criadas é de consultor, ou consultora, de negócios sustentáveis, cuja função será trabalhar com todos os gerentes de desenvolvimento e serviços do grupo HSBC, para que os estudos de novos produtos levem em consideração



também os aspectos sociais e ambientais.

As demais vagas abertas foram na área de educação – para acompanhamento de todos os projetos do instituto, especialmente o da criação de um complexo educacional em uma região de aterro sanitário em Duque de Caxias, no Rio de Janeiro –, na ambiental – para coordenação e internalização das informações geradas pelos projetos de cunho ambiental apoiados pelo instituto – e na administrativo-financeira. Esta última foi criada para cuidar da parte administrativa do instituto e preenchida por um administrador, com mestrado em finanças, cursos na área ambiental e experiência em uma organização não governamental. “Era preciso jogar um pouco de ONG para dentro

AINDA É DIFÍCIL ENCONTRAR PESSOAS QUE ENTENDAM DO *BUSINESS* E TENHAM CONHECIMENTOS SOCIOAMBIENTAIS

para que tivéssemos comprometimento com a causa”, explica Ana Paula.

No processo de seleção, ela percebeu que “tem muita gente querendo trabalhar em responsabilidade social por coração”. “É difícil encontrar pessoas que entendam do *business* de uma instituição financeira e tenham conhecimento da área social e ambiental”, conta. “Mas acabamos achando algumas.”

A vaga de consultor de negócios sustentáveis continuava aberta até o fechamento desta edição – mais de

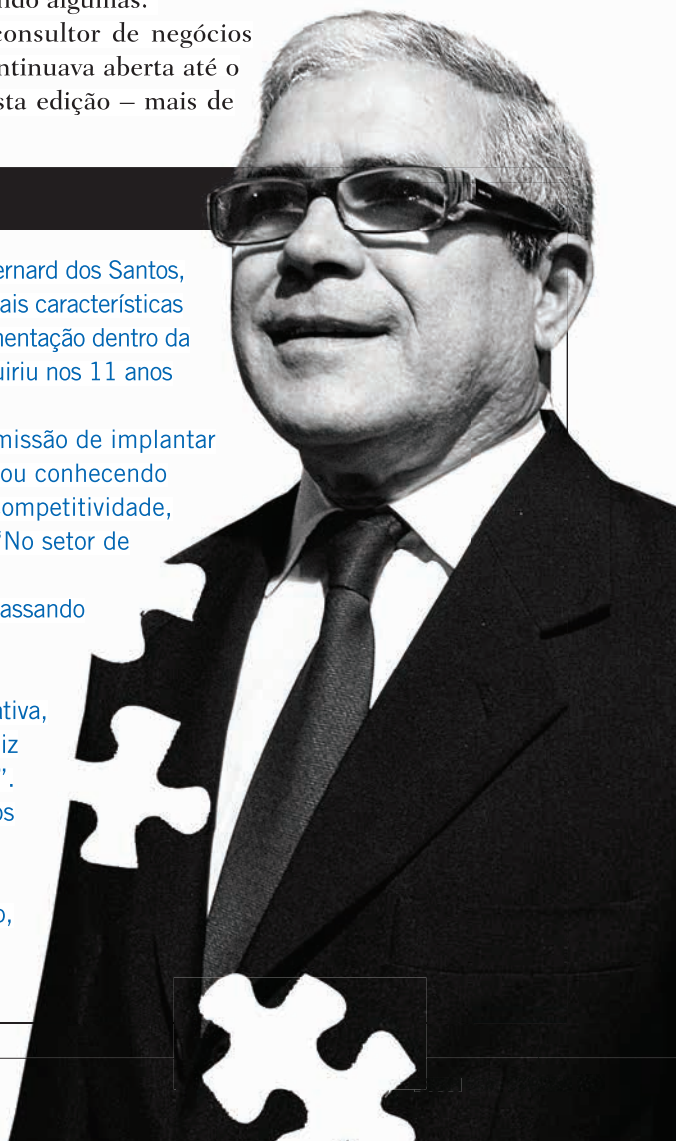
A experiência conta

“Sou um profissional da sustentabilidade”, afirma João Carlos Tavernard dos Santos, consultor de competitividade da Suzano Papel e Celulose. As principais características de sua função, como ele mesmo descreve, são a facilidade de movimentação dentro da empresa e uma visão de futuro muito forte. A primeira parte ele adquiriu nos 11 anos em que trabalha na Suzano.

João entrou na Suzano pela tecnologia da informação, com a missão de implantar um sistema que integrasse todas as áreas da companhia, e acabou conhecendo intimamente todos os processos. Desde 2002 atua no setor de competitividade, com um cargo equivalente ao de um gerente de departamento. “No setor de competitividade, somos os facilitadores da gestão”, explica.

A área é responsável por coordenar o planejamento estratégico, passando pelo balance scorecard, as normas ambientais e de qualidade, os programas de avaliação interna, de idéias, entre outros. “Eu acabo sendo o consultor da empresa para questões de governança corporativa, relativas ao Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bovespa”, diz João. “Sou também o representante da Suzano no Global Compact”.

A sustentabilidade permite que João integre seus conhecimentos sobre várias áreas da empresa e não se limite a apenas um setor. “Mas o que mais me anima é que, aos 60 anos, a empresa está me incentivando a fazer cursos”, comemora. Desde o ano passado, João é um dos alunos do curso de especialização em Gestão da Sustentabilidade na FGV-EAESP.





O **ABN AMRO REAL** concluiu, estrategicamente, que a melhor área para enfrentar o desafio de engajamento interno é a de Educação



ALÉM DE CONHECIMENTO DO NEGÓCIO, O CANDIDATO IDEAL TEM MESTRADO OU MBA, E FLUÊNCIA EM INGLÊS

50 candidatos se apresentaram, dos quais 12 passaram pela pré-seleção. “Queremos um cidadão completo”, informa Ana Paula. “Alguém que tenha conhecimento em desenvolvimento de negócios, com experiência na área ambiental, de preferência com MBA ou mestrado, e entendimento de sociologia, antropologia, filosofia, que são temas importantes”. Além disso, o candidato ideal precisa ter fluência em inglês, acrescenta a diretora do instituto. “Porque aqui falamos com o mundo inteiro.”

A remuneração do profissional escolhido ficará na faixa de R\$ 5 mil mensais.

Outra companhia que abriu espaço para profissionais da área de sustentabilidade foi a Promon. A diretora de recursos humanos, Márcia Fernandes, contratou dois funcionários para ajudar na coordenação de um dos oito temas estratégicos da companhia, o de “sociedade e meio ambiente”. Um deles foi recrutado dentro da própria Promon e hoje trabalha para “congregar todas as iniciativas de responsabilidade socioambiental da empresa”, conta Márcia. Entre uma função e outra, ele cursou um MBA em The Natural Step – uma visão sistêmica do desenvolvimento sustentável,

Do microcrédito à sustentabilidade

A paulista Denise Nogueira sempre foi muito centrada. Sabia, desde os tempos da faculdade, que queria trabalhar com temas voltados ao desenvolvimento socioeconômico. Ao se formar, prestes a embarcar para um intercâmbio profissional, sabia que gostaria de rumar para a África ou a Ásia. O que não imaginava é que, alguns anos depois, estaria envolvida com sustentabilidade em uma das maiores instituições financeiras brasileiras.

Denise acabou embarcando para a Índia, onde trabalhou por seis meses em um banco cooperativo de microcrédito para mulheres. Identificou-se tanto com o tema que voltou ao Brasil decidida a especializar-se na questão. Depois de uma breve passagem pelo Sebrae, acabou aportando no Itaú, instituição que passou a atuar com microcrédito em 2004. Há poucas semanas ela recebeu o convite para assumir a vertente de sustentabilidade dentro da área de responsabilidade socioambiental do banco. “Sempre estive convencida de que, para funcionar, o microcrédito tem que dar resultado financeiro”, diz ela. “Comecei a estudar, encontrei o conceito de responsabilidade social e através dele cheguei às finanças sustentáveis e à sustentabilidade.”

O interesse original de Denise nasceu na Aiesec, da qual participou da administração e chegou à presidência. “Ali tive a perspectiva de que individualmente é possível mudar alguma coisa”, conta. “Hoje vejo que trabalhando com projetos dentro de uma empresa é possível agir para o desenvolvimento socioeconômico”.





NO SENAC, o desafio é formar, em quatro anos, administradores com o viés da sustentabilidade, conta Jacques Demajorovic

com aplicações no mundo corporativo (*leia entrevista no nº 2 de ADIANTE*) – na Suécia, com patrocínio da Promon. “Na volta, tiramos ele da atividade técnica e o direcionamos para essa área”, relata a diretora.

Outro contratado pela Promon veio de fora. Premiado por um trabalho ligado ao ensino de adolescentes, foi convidado a participar de um grupo das Nações Unidas responsável por levar temas sociais para dentro das corporações. “Ele tem *coaching* dos especialistas da ONU, mas virou nosso funcionário, e tem tudo para continuar conosco após o fim de seu projeto com as Nações Unidas”, diz Márcia.

Uma peculiaridade da Promon é o fato de a coordenação do tema “sociedade e meio ambiente” estar a cargo da área de recursos humanos que, naturalmente, também responde pelo tema “gente”. Todas as unidades de negócios e administrativas são encarregadas de elaborar estratégias socioambientais e traçar iniciativas, com metas e indicadores, informa Márcia.

“Ninguém melhor do que o RH para estabelecer a dinâmica para que as condutas sejam assimiladas pelas pessoas”, diz ela. Na

A SUSTENTABILIDADE PROPÕE A CONSTRUÇÃO DE RELAÇÕES DE PARCERIA DENTRO DAS EMPRESAS

Promon, tal dinâmica passa pelo “planejamento participativo”, processo no qual os funcionários ajudam a construir as metas anuais para cada unidade da empresa. “Assim eles estarão muito mais comprometidos com a realização desses objetivos”, garante Márcia. A companhia também inclui elementos do tema “sociedade e meio ambiente” na avaliação que os funcionários fazem de seus pares.


Além disso, a empresa promove reuniões com a comunidade de funcionários – são 720 entre São Paulo e Rio – para apresentar os resultados financeiros e discutir como repartir os lucros. “Um modelo como esse, que obtém o compromisso através da transparência e aproveita as informações que as pessoas trazem, dá trabalho”, conta a diretora.

Sem dúvida, o desafio de engajar o público interno na estratégia de sustentabilidade é laborioso. E nem todos estão convencidos de que o setor de RH tem condições de fazê-lo. “Os





NA PROMON, Márcia Fernandes coordena o RH e temas socioambientais



profissionais de RH sempre atuaram na mediação entre capital e trabalho, tentando reduzir os conflitos”, diz Sérgio Esteves, presidente da consultoria AMCE Negócios Sustentáveis. “Isso mudou, pois a sustentabilidade propõe o desmonte das relações de dominação e a construção de relações de parceria”. Para Esteves, o setor mais apto dentro das companhias para promover o diálogo tão necessário à sustentabilidade é o de comunicação.

Em algumas das companhias mais empenhadas em transformar a sustentabilidade em estratégia, entretanto, o desafio de engajamento

interno é direcionado para a área de educação. É o caso do ABN Amro Real, que criou uma diretoria específica, a de Educação e Desenvolvimento Sustentável (EDS). “Estrategicamente concluímos que a melhor área para atingir esse objetivo é a de educação”, conta Carlos Nomoto, superintendente de EDS.

A diretoria é responsável pela incorporação de temas da sustentabilidade no dia-a-dia da instituição, além de treinamentos específicos para todas as áreas do banco e cursos externos. Nomoto destaca, entretanto, que o trabalho da diretoria de EDS é desenvolvido em fina sintonia com a de recursos humanos.

A educação também é o foco da Braskem, empresa petroquímica controlada pelo Grupo Odebrecht, cuja filosofia é a de “educar no trabalho, pelo trabalho”. “Cada integrante da Braskem é um empresário, tem um negócio com responsabilidades que gera resultados e recebe participação”, conta Climério Brito, diretor de RH. Segundo Climério, esse sistema contribui para a sustentabilidade da companhia. “Sustentabilidade é ter uma relação responsável com a sociedade”, afirma. “Pensamos nas pessoas como seres humanos plenos, não como recurso, e isso tem impacto no que retornamos à sociedade.”

DISCURSO VS. PRÁTICA

Apesar de alguns bons exemplos, na esfera das pessoas ainda há descompasso entre discurso e prática. O discurso de responsabilidade data da época em que as empresas apenas reagiam às exigências dos órgãos públicos quanto à questão ambiental, por exemplo. “Não era por compromisso, mas por necessidade de resposta à legislação”, diz Demajorovic, do Senac.

Acidentes como o de 1984 em Bhopal, na Índia, despertaram a opinião pública mundial para a questão ambiental. O vazamento de 40 toneladas de isocianato de metila de uma fábrica da Union Carbide causou a morte de

milhares de pessoas e, embora a empresa tenha pago US\$ 470 milhões em compensação, nunca conseguiu recuperar sua imagem.

Com a sociedade mais atenta e a legislação ampliada, o setor privado foi obrigado a rever suas práticas e começou a perceber que o meio ambiente pode ser uma oportunidade. “Gerar menos resíduos é usar menos recursos”, diz Demajorovic. Para tanto é preciso enxergar a questão ambiental – e, por conseqüência, a social, uma vez que as atividades das empresas têm impactos na saúde e na segurança de seus funcionários e afetam a comunidade ao redor – como parte de um sistema produtivo. Nascer, então, certificações como a ISO 14000, que avaliam os processos de produção e ajudam as companhias a buscar a melhoria contínua.

Os profissionais de meio ambiente “não podem mais ser técnicos

A BUSCA PELA SUSTENTABILIDADE SE REFLETE NA ACADEMIA, QUE COMEÇA A FORMAR OS PROFISSIONAIS DO FUTURO

no galpão da fábrica”, diz Luís Felipe Machado do Nascimento, professor de administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). “É preciso alguém com trânsito nas diversas áreas, um gerente.” A maioria das companhias brasileiras, segundo o professor, encontra-se neste estágio e conta com profissionais e uma área específica de “saúde, segurança e meio ambiente”.

Para ir além e conscientizar os demais funcionários da importância da gestão dos elementos da sustentabilidade para a perenidade da empresa, é preciso chegar à estratégia. As companhias que alcançam este estágio passam a encarar setores como saúde, segurança,



Consultoria estratégica

Em 1992, quando abandonou a consultoria para coordenar a área de energia do Greenpeace no Brasil, Roberto Kishinami enfrentou a crítica de seus colegas. “Acharam que era uma insanidade, coisa de conversão religiosa, uma piração”, lembra. Depois de mais de dez anos e da passagem pela coordenação geral do Greenpeace no Brasil, ele voltou a trabalhar como consultor. O olhar de seus pares, porém, é muito diferente. “Não só porque o setor empresarial se tornou mais tolerante com o terceiro setor”, avalia, “mas porque essa relação passou a fazer parte do cotidiano”.

A experiência de Roberto em uma ONG do porte do Greenpeace – além de sua formação como físico e a especialização em questões energéticas – hoje lhe rende frutos. “Sou procurado pelo conhecimento que tenho”, diz. Como consultor, ele divide seu trabalho em dois tipos: o de pronto-socorro – aquele em que a companhia precisa de ajuda para, emergencialmente, resolver uma crise no relacionamento com as autoridades ambientais – e o de integrar a sustentabilidade à gestão das empresas. Este último é o que desenvolve na AES Energia. “Não há uma fórmula pronta para isso”, reconhece. “Se houvesse, eu não seria demandado.”

Mesmo nos casos de “pronto-socorro”, Roberto vê oportunidades interessantes. “A vantagem da crise é que permite apontar o problema e também a solução”, explica. “É o momento em que as organizações estão sensíveis à mudança.”

UM ESTUDO DE 2005

mostrou que 54% das escolas de administração e MBAs exigem pelo menos um curso ligado à sustentabilidade



NAS ESCOLAS, PREVALECE A SEPARAÇÃO ENTRE AS DISCIPLINAS TRADICIONAIS E OS TEMAS SOCIOAMBIENTAIS

meio ambiente e recursos humanos como oportunidades e não mais como despesas, diz Nascimento. “O que move estas empresas é o fato de que tais questões serão cada vez mais importantes no futuro”, diz.

FORMAR E TRANSFORMAR

A busca pela sustentabilidade acaba se refletindo na academia, que passa a incorporar essas questões na formação dos profissionais. O estudo *Beyond Grey Pinstripes*, realizado em 2005 pelo Aspen Institute, em parceria com o World Resources Institute (WRI), mostrou que 54% das escolas de administração e MBAs pesquisados requerem pelo menos um curso relacionado a ética, responsabilidade social corporativa ou sustentabilidade. Em 2003, o percentual era de 45% e, em 2001, de 34%.

Apesar disso, a incorporação de temas socioambientais em disciplinas como contabilidade, economia, finanças, operações e estratégia permanece limitada. O estudo resultou em um ranking com as 30 melhores escolas em relação à inclusão de temas socioambientais: a maioria está nos EUA, na Europa e no Canadá.

No Brasil, a separação entre temas socioambientais e o que se aprende na faculdade também impera. Mas, aos poucos, começa a se desenvolver a educação para a sustentabilidade. “Somos fruto do desafio de formar, em quatro anos, um administrador com o viés da sustentabilidade”,

diz Demajorovic, referindo-se ao bacharelado em gestão ambiental oferecido pelo Senac desde 2005. Com 100 vagas por ano, nasceu em substituição a um curso superior de tecnologia em gestão ambiental – este de dois anos, que formou cerca de 250 pessoas. “Percebemos que tínhamos turmas cada vez mais jovens”, conta o coordenador.

A USP e a Esalq são algumas das instituições que inauguraram cursos de graduação voltados para a gestão ambiental e a UFRGS acaba de criar um MBA em administração socioambiental e econegócios. A maioria dos cursos, entretanto, é oferecida como especialização ou extensão. Um levantamento realizado pelo Uniethos há dois anos revelou a existência de 24, entre eles o de gestão da sustentabilidade, da FGV-EAESP, e o de gestão responsável para a sustentabilidade, da Fundação Dom Cabral (FDC) – ambos destinados a gerentes. “Nosso objetivo é transformar, e não formar pessoas”, diz Cláudio Boechat, coordenador do núcleo de sustentabilidade e responsabilidade corporativa da FDC. Na FGV, o curso pretende mostrar que a sustentabilidade não é um *side-business*, mas sim a alma do negócio, diz o coordenador Mario Monzoni.

Embora cursos voltados para a sustentabilidade esbarrem na dificuldade da interdisciplinaridade, Nascimento, da UFRGS, acredita que a vivência é importante. “O aluno pode discutir o problema de sua companhia com a turma”, diz ele. “Coisa que ainda não faz na empresa, porque muitas vezes não encontra eco.” Mais uma evidência de que a peça referente às pessoas físicas no quebra-cabeça da sustentabilidade corporativa ainda não foi encaixada. @

adiante
INOVAÇÃO PARA A SUSTENTABILIDADE

Pessoas capacitadas para lidar com questões de **SUSTENTABILIDADE** e inovação tornaram-se indispensáveis para sua organização? **VOCÊ ENCONTRA ESSES PROFISSIONAIS AQUI.**

ADIANTE é a única publicação do mercado brasileiro voltada para sustentabilidade e inovação. Com tiragem de 15 mil exemplares e distribuição nacional e dirigida, Adiante se consolida como referência para empresas e profissionais em busca das oportunidades de negócio que se abrem com a incorporação de elementos ambientais e sociais nas estratégias empresariais.

ANUNCIE!

PARA INFORMAÇÕES SOBRE A REVISTA E TABELA DE PREÇOS, ESCREVA PARA CONTATO@REVISTAADIANTE.COM.BR, OU LIGUE PARA (11) 3284-0754.



A VIDA ABERTA EM LEQUE

FOTO E TEXTO: GERMANO NETO

O Rio Parnaíba faz a divisa entre Piauí e Maranhão.

Ao chegar no oceano, abre-se em leque e dá origem a um santuário ecológico. O Delta do Parnaíba abrange 2.700 quilômetros quadrados e é formado por mais de 80 ilhas com praias desertas, dunas e manguezais.

Na ilha Caiçara mora Raimundinho Brandão, catador de caranguejo. É com a palha da carnaúba que ele prepara as cordas para amarrar os bichos.

— Tendo disposição, dá prá tirar até R\$ 100 por semana, diz o catador.





Lições de **semeadura**

SOLUÇÕES INOVADORAS AGREGAM VALOR À PRODUÇÃO DOS AGRICULTORES FAMILIARES E INDICAM SAÍDAS PARA O VELHO MODELO DO AGRONEGÓCIO

POR AMÁLIA SAFATLE





Exemplo do Brasil que dava certo, a agropecuária deu de cara com suas vulnerabilidades quando o dólar se desvalorizou, o petróleo disparou e os preços de determinadas commodities, definidos nos mercados internacionais, despencaram. Sem falar nas intempéries climáticas. Esta que é uma das mais graves crises experimentadas pelo setor nos últimos tempos – e já dura dois anos – expõe os pés de barro do gigante, responsável por 28% do PIB nacional.

Uma infeliz coincidência de fatos negativos? Certamente, mas que serve para ilustrar como esse modelo de produção, da forma que é praticado atualmente, é inapto para enfrentar adversidades, em função da própria falta de diversificação de riscos que o conceito da monocultura impõe.

A conclusão é que o paradigma de produção agrícola abraçado pelo Brasil – calcado na produção de commodities, na exportação, no alto índice de mecanização, no uso intensivo de insumos de origem petroquímica e no alto impacto sobre recursos naturais e humanos – não se sustenta ao longo do tempo sob o ponto de vista socioambiental nem sob a ótica econômica. (*leia quadro “Campo minado”*).

Ao mesmo tempo que os representantes desse setor gritam por socorro, e em resposta o Ministério da Agricultura solta com alarde um pacote paliativo de ajuda aos produtores no valor de R\$ 16,8 bilhões, corre pelos campos um movimento bem mais silencioso. Que parte das pequenas propriedades rurais.

Normalmente vista no Brasil como retrógrada e ultrapassada, a pequena produção rural, quando organizada e bem estruturada, é capaz de fornecer modelos inovadores para garantir sustentabilidade à chamada agricultura patronal, e que podem, dentro de determinadas



AS PEQUENAS PROPRIEDADES

reúnem vantagens competitivas como a diversificação de culturas, a proximidade entre capital e trabalho, a capacidade de produzir itens diferenciados e o baixo impacto ambiental

proporções, ser aplicados em propriedades que trabalham com escalas maiores.

“No mesmo momento em que o agronegócio comemora a vitória contra os subsídios do açúcar na Europa e do algodão nos Estados Unidos, um produtor de algodão no Brasil entra 15 vezes em uma safra para aplicar veneno. Como posso dizer que o agronegócio brasileiro é competitivo?”, questiona José Carlos Pedreira de Freitas, consultor para o agribusiness (*leia Perfil na seqüência desta reportagem*).

A agricultura, do modo como é convencionalmente praticada no Brasil e no mundo, responde pela maior perda de biodiversidade do planeta. E isso já se reflete na percepção da opinião pública: pesquisas no País mostram que o agronegócio hoje é considerado o maior vilão do meio ambiente (*leia Entrevista desta edição*).

A agricultura patronal gera relativamente poucos empregos e concentra renda e capital em poucas terras. Dos quase 4,9 milhões de estabelecimentos rurais no Brasil, segundo o último censo agropecuário, 800 mil estão nas mãos dos grandes produtores. “Ficam de fora cerca de 4 milhões de pequenos e médios

produtores”, diz Pedreira. (É considerado produtor familiar quem tem no máximo dois empregados permanentes, reside no imóvel ou em área próxima e tem 80% de sua renda oriunda da atividade agrícola.) E o Brasil ainda leva desvantagem porque exporta produtos de baixo valor agregado e com preços historicamente declinantes.

Guardadas as proporções, características da pequena propriedade rural, tais como a diversificação de culturas, a agregação de valor e o uso mais sustentável dos recursos naturais e humanos, sinalizam saídas para o modelo tradicional e mostram que restam à agricultura brasileira outras opções além de produzir soja para alimentar os porcos na China.

O pequeno agricultor ganha competitividade quando lança mão da adubação orgânica, do menor uso de insumos sintéticos e da atividade manual, mais artesanal e menos mecanizado. Isso adiciona valor ao produto final, diversifica os riscos, causa menores impactos ambientais. Além disso, traz ganhos sociais, por

NÃO É COMPETITIVO O MODELO DE PRODUÇÃO NO QUAL SE ENTRA 15 VEZES EM UMA SAFRA PARA APLICAR VENENO



PARA O MDA, O FUTURO DA AGRICULTURA ESTÁ NA INTEGRAÇÃO ENTRE LAVOURA, FLORESTA E PECUÁRIA

meio da fixação do homem no campo com qualidade de vida, na contramão do êxodo rural e do emprego de mão-de-obra sob más condições de trabalho. Tem mais: a proximidade entre a gestão e o trabalho, que não ocorre no agronegócio patronal, é um ponto a favor da pequena propriedade rural, pois possibilita agilidade na tomada de decisões e na condução dos negócios.

“O modelo do agronegócio convencional é insustentável e está fadado ao fracasso. O futuro da agricultura brasileira está na integração lavoura-floresta-pecuária — os chamados sistemas agrosilvipastoris — na matriz diversificada de produção e no uso crescente de biofertilizantes”, afirma Valter Bianchini, secretário de

Agricultura Familiar do Ministério do Desenvolvimento Agrário.

Não que os 4 milhões de pequenos e médios produtores brasileiros — dos quais 3,1 milhões detêm áreas com menos de 20 hectares — estejam livres de problemas, ao contrário. “A agricultura familiar ainda é muito voltada à produção de soja e milho, de baixo valor agregado e com uso indiscriminado de herbicidas e de adubação química”, diz Bianchini.

O secretário pondera, no entanto, que essas propriedades reúnem mais condições de trabalhar com produtos diferenciados que as de maior porte. Assim, pode não só se inserir na cadeia produtiva de forma mais competitiva, como acessar mercados mais rentáveis. “O produto que traga o recado da inclusão social, da qualidade e do respeito ao meio ambiente vai ter acesso cada vez maior aos consumidores, a exemplo do que ocorre na Europa, com o aumento do fair trade (comércio justo) e da certificação orgânica”, diz.

Recentemente, Supachai Panitchpakdi, secretário-geral da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (Unctad), alertou para o número crescente de embargos estabelecidos pelos países ricos com base em justificativas sanitárias e ambientais. E afirmou que os países em desenvolvimento precisam combater as barreiras comerciais por meio de práticas inovadoras, tais como a agricultura orgânica.

Algumas iniciativas no País caminham nessa direção e provam que, em vez de ficar



Campo minado

Mundialmente, a agricultura é a atividade predominante no uso do solo, e a sua expansão tornou-se a maior causa da perda de biodiversidade e da degradação dos ecossistemas, de acordo com o Relatório Ecossistêmico do Milênio, documento produzido por mais de 2 mil cientistas de todo o planeta. A atividade também representa a maior ameaça à oferta de água potável, segundo a ONU.

De acordo com a organização não governamental norte-americana Ecoagriculture Partners, sem uma ação urgente o conflito entre agricultura e meio ambiente vai impedir o cumprimento das Metas do Milênio, principalmente as relacionadas à redução da pobreza, à fome, ao acesso à água, à saúde e à preservação ambiental.

Isso porque a demanda global por alimentos deve aumentar em pelo menos 50% dentro de poucas décadas, notadamente em países subdesenvolvidos. Metade das áreas mais ricas em biodiversidade é ocupada por populações cujo sustento depende de atividades agrícolas, florestais e pesqueiras. Segundo a Ecoagriculture Partners, dos 800 milhões de

pessoas do mundo que não têm acesso à alimentação suficiente, metade é formada por pequenos proprietários de terra.

O cultivo predatório é também uma das principais causas da perda de terras agricultáveis. De acordo com a ONU, essas perdas estão ocorrendo em velocidade duas vezes superior à dos anos 70. No Brasil, segundo o Ministério do Meio Ambiente, os prejuízos econômicos decorrentes das perdas de áreas cultiváveis chegam a US\$ 800 milhões por ano, e os custos estimados para a recuperação são de US\$ 2 bilhões, por um período de 20 anos.

O embate entre o MMA e o Ministério da Agricultura ficou bem claro durante a 8ª Conferência das Partes (COP 8) da Convenção da Diversidade Biológica. Uma fonte qualificada no MMA afirmou que foi a pasta da Agricultura que impediu o acordo interministerial para a conclusão do projeto de lei que define um dos principais pontos para a conservação da biodiversidade, e seria apresentado na COP: o acesso a recursos genéticos e a repartição de benefícios com as comunidades tradicionais.

preso à cadeia da agroindústria convencional e vender aos grandes players grãos de baixo valor agregado, o agricultor familiar é capaz de usar as características de sua produção a seu favor e inspirar novos modelos de produção. Cooperativas formadas por pequenos produtores organizam-se para produzir cacau e demais alimentos orgânicos em sistemas associados à proteção de florestas. Pequenos produtores de cana-de-açúcar começam a montar microdestilarias de álcool para subir na escala produtiva e tornar-se mais que um mero fornecedor de matéria-prima para os usineiros.

Enquanto isso, mesmo sem subsídios, o Brasil já é o quarto maior produtor de alimentos orgânicos do mundo e também coleciona experiências na criação de aves e bovinos e na produção de ovos e de leite livres de promotores de crescimento e de antibióticos. A Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq), por exemplo, descobriu a galinha dos ovos de ouro ao perceber uma demanda de produtores interessados em frangos caipiras.

A Esalq, que só trabalhava com o melho-

ramento genético das espécies convencionais (de granja), acabou criando seis linhagens de frango caipira, a partir do cruzamento com galinhas-d'angola, adaptadas para serem criadas de forma mais rústica, conta o professor





A LEGISLAÇÃO FEDERAL

institucionalizou o fosso entre grandes e pequenos produtores ao segmentar a produção e criar obstáculos à diversificação

HOUE UM SALTO NO VOLUME DE RECURSOS DO PRONAF, MAS NÃO NO NÚMERO DE CONTRATOS

doutor Vicente José Maria Savino, um dos pesquisadores do programa batizado de Frango Feliz. Os animais desenvolvidos dentro desse projeto são criados ao ar livre, com sombra, água fresca e espaço para ciscar. As galinhas produzem uma quantidade de ovos três vezes maior que a caipira comum e não perdem feio se comparadas às das granjas convencionais.

No Paraná, mais de 3 mil agricultores

familiares já foram beneficiados por um programa chamado Fábrica do Agricultor, destinado a facilitar a incursão dos pequenos produtores rurais na agroindústria e, assim, agregar valor à sua produção. Hoje, dentro desse projeto, são comercializados em feiras e supermercados locais cerca de 4 mil itens de alimentos, entre os quais mel, melado, açúcar mascavo, cachaça, queijo tipo gouda, embutidos, defumados, biscoitos, geléias, iogurtes, achocolatados de soja.

O projeto Fábrica do Agricultor ilustra como a própria lei brasileira institucionalizou um fosso entre pequenos e grandes produtores, e como é necessário derrubar alguns paradigmas para criar formas sustentáveis de produção. Abdel Nasser, coordenador estadual do Programa de Agroindústria Familiar, conta que o projeto começou em 1999 por iniciativa do governo do Paraná, interessado em explorar economicamente a diversidade do estado, onde a população é formada por 36 etnias diferentes, e gerar renda com a oferta variada de alimentos e artesanatos produzidos internamente.

EXCLUÍDOS POR LEI

Segundo Nasser, foi feito um levantamento da agroindústria e descobriu-se por que os pequenos agricultores não conseguiam chegar a esse estágio mais elaborado de produção, ou então o conseguiam de forma clandestina, sem licenças sanitárias, ambientais, jurídicas e fiscais. “A lei federal, ao definir que produtos de origem vegetal e animal não poderiam ser processados em um mesmo estabelecimento, segmentou a produção e barrou a entrada dos pequenos, que trabalham com produção diversificada. A lei foi criada sob o entendimento de que transformação é tarefa da indústria e não da propriedade rural”, diz.

Outro obstáculo: a lei determina que, para comercializar um produto, é necessário formar uma microempresa. “Mas, assim que





“você ganha um CNPJ, perde a condição de produtor rural, e com isso fica sem crédito agrícola como o Pronaf (*Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar*)”, explica Nasser. Um decreto paranaense tirou essas amarras da lei federal e simplificou o processo de licenciamento das pequenas agroindústrias: apenas a licença ambiental é exigida. Mas os produtos processados só podem ser comercializados dentro do Paraná.

Além da legalização das agroindústrias familiares, o programa Fábrica do Agricultor busca oferecer linhas de crédito, capacitação dos produtores e apoio na comercialização. “Para isso sempre procuramos parcerias, com o Sebrae, o Banco do Brasil, os supermercados.”

O programa da Fábrica do Agricultor, assim como de determinadas cooperativas bem-sucedidas, por enquanto é um caso isolado no Brasil. Grande parte dos pequenos produtores

tem acesso a pouca informação, ainda enfrenta problemas na obtenção de crédito e, com isso, mal consegue se organizar na forma de associações.

“O Pronaf deu um salto nos últimos anos em termos de volume (passou de R\$ 729 milhões na safra 1996/1997 para R\$ 9 bilhões estimados em 2005/2006), mas não em relação ao número de contratos”, diz Pedreira. “Apenas 50% dos proprietários têm acesso a crédito rural oficial, o resto, não.”

O resultado é que esse pequeno agricultor fica despreparado para ter acesso aos consu-

União instável

A Cooperativa dos Produtores Orgânicos do Sul da Bahia (Cabruca) e a Cooperativa dos Produtores Rurais do Una (Cooperuna) nasceram em 2000 e 2001, respectivamente, com o objetivo de fortalecer a produção sustentável regional aliada à preservação de remanescentes de Mata Atlântica na região sul da Bahia. Por meio do sistema de plantio cabruca, o cacau e outras frutas tropicais produzidos dentro da floresta recebem a sombra necessária ao mesmo tempo que a estrutura da mata nativa é preservada. Por meio das cooperativas, os pequenos produtores são capazes de criar sinergias, aumentar o poder de barganha e de se fortalecer dentro da cadeia produtiva.

Um fenômeno, entretanto, enfraquece as cooperativas e compromete a sua viabilidade econômica, conforme estudo realizado na região pelo Centro de Estudos em Sustentabilidade

da Fundação Getúlio Vargas. Dada a liquidez internacional do cacau em amêndoa, as grandes empresas moageiras, como a Cargill, oferecem aos produtores a compra direta da produção e pagamento em até três dias, prazo que a cooperativa não consegue atender por falta de capital de giro. O resultado é que as moageiras acabam se tornando competidoras das cooperativas, que perdem receita e, por conseqüência, levam à baixa fidelização dos cooperados. E, assim, forma-se um círculo vicioso.

Já a comercialização dos caules de pupunha e açaí feita pela Cabruca tem dado melhores resultados. Ao entregar as hastes às cooperativas, os produtores conseguem o dobro do preço em relação à venda independente. Isso porque a cooperativa beneficia o palmito em fábricas da região e o comercializa com marca própria, agregando valor ao produto *in natura*.



COM O BOOM dos motores bicombustíveis, produtores de cana-de-açúcar vêm nas microdestilarias de álcool a oportunidade de subir na cadeia produtiva

midores finais com produtos de maior valor agregado, perde a oportunidade de se fortalecer por meio do associativismo e, assim, continua sendo um mero fornecedor de matéria-prima para os produtores de maior porte. Os casos das cooperativas Cabruca e Cooperuna, que reúnem pequenos e médios de cacau, pupunha,

açaí, cupuaçu, pimenta e frutas tropicais na região sul da Bahia, ilustram como até mesmo reunidos em cooperativas os produtores podem se enfraquecer diante de poderes econômicos

maiores (*leia o quadro União instável*).

Para estimular a agricultura familiar, promover a capacitação dos produtores e incentivar o associativismo, a Federação dos Trabalhadores na Agricultura do Estado de São Paulo (Fetaesp), realiza anualmente um calendário

de encontros preparatórios e treinamentos que culminam na realização da Feira Estadual da Agricultura Familiar e do Trabalho Rural (Agrifam) em Agudos (SP). A quarta versão do evento está agendada para 4 a 6 de agosto e espera receber 35 mil visitantes.

Em 2005, a feira reuniu 117 expositores, recebeu 26 mil visitantes e atraiu 315 caravanas de produtores do interior do estado de São Paulo. “Fechamos na feira negócios de apenas R\$ 5,2 milhões, mas é um volume que saltou 74% em relação ao ano anterior, em plena crise do agronegócio”, diz Pedreira, diretor-geral da Agrifam.

Pedreira tem sido o responsável por introduzir conceitos de sustentabilidade junto aos agricultores familiares e também por mostrar que podem incrementar o valor de produtos e atingir nichos de mercado se, por exemplo, colocarem no rótulo de seus produtos a informação do tipo “O rio do meu sítio tem a mata ciliar protegida”.

"AGRONEGÓCIO FAMILIAR"

Outra missão de Pedreira é desenvolver o conceito que batizou de “agronegócio familiar”, ou seja, mostrar aos pequenos produtores que eles têm condições de ser competitivos ao se integrar à cadeia produtiva da agroindústria – desde, é claro, que ofereçam produtos diferenciados, se organizem para obter crédito e para criar uma logística de distribuição, e se fortaleçam por meio de associações.

Pedreira costuma dizer aos produtores que o agricultor familiar sozinho é igual ao porco-domato sozinho, ou seja, será comido pela onça. O consultor ainda se vale de uma linguagem um pouco mais técnica quando recorre a um esquema que divide a cadeia produtiva do agronegócio em três processos: antes, dentro e depois da porteira – e assim demonstrar onde o pequeno produtor deve se aperfeiçoar.

Insumos, máquinas, equipamentos, crédito e financiamento estão “antes da porteira”, e

A PARTE MAIS VALIOSA DA CADEIA PRODUTIVA ESTÁ NO PROCESSAMENTO E NA DISTRIBUIÇÃO





representam 11% do PIB do agronegócio. A gestão e a tecnologia de produção estão “dentro da porteira” e respondem por 25,8% do valor. Já o processamento, o armazenamento, o marketing, a comercialização e a distribuição estão “depois da porteira”. É nessa terceira etapa, que concentra os 63,2% restantes do PIB, que os pequenos agricultores podem agregar valor a seus produtos e, portanto, é onde devem concentrar seus maiores esforços.


Exemplo: em vez de vender toda a cana-de-açúcar ao usineiro, o agricultor familiar pode processar parte dela, transformando-a em uma cachaça artesanal. Se o plantio for orgânico, o produtor agrega ainda mais valor. Se com o subproduto da cachaça ele ainda produzir álcool em sua propriedade, por meio de uma microdestilaria, é mais uma etapa vencida na cadeia produtiva. Ele pode usar o álcool internamente em sua propriedade ou vendê-lo às refinarias em associação com outros pequenos produtores.

Uma das expositoras da Agrifam, a empresa gaúcha Limana, especializou-se justamente na fabricação de pequenos alambiques para a destilação de cachaça artesanal de qualidade,

tipo exportação. De dois anos para cá, dado o *boom* nos motores bicombustíveis, aposta também na fabricação de microdestilarias de álcool voltadas ao pequeno produtor rural.

A empresa fabrica equipamentos capazes de produzir de 15 a 500 litros de álcool por hora. Carlos “Mineiro” Lisboa, responsável-técnico e de vendas da Limana, explica que, com uma produção diária de 12 mil litros, o produtor já consegue escala para vender o combustível diretamente para as refinarias.

A maioria ainda prefere usá-lo para consumo próprio, mas ultimamente a Limana tem recebido a procura de associações de produtores interessados em fazer uma venda conjunta do álcool para as refinarias, inclusive de produtores da região de São Paulo que hoje são fornecedores de cana dos usineiros.

“É a busca por alternativas no meio agrícola”, resume Mineiro. 



9º Congresso Brasileiro de Jornalismo Empresarial, Assessoria de Imprensa e Relações Públicas

■ 7 conferências ■ 28 palestras temáticas ■ 10 workshops

Sustentabilidade, por Jake Siewert, ex-porta-voz do governo Clinton

Programação e inscrições

www.megabrasil.com

Informações

(11) 5573-3627



Por um novo paradigma

A EXPERIÊNCIA DE VIDA QUE LEVOU UM AGRÔNOMO A COMPREENDER POR QUE A SUSTENTABILIDADE FAZ SENTIDO PARA O AGRONEGÓCIO BRASILEIRO

POR FLAVIA PARDINI

“**E**u sou o próprio agronegócio, olha a minha história, a minha formação, vivo disso, me alimento disso.” José Carlos Pedreira de Freitas, o autor da frase, não tem propriedade rural, não produz um grão de soja sequer e, embora cultive amizades com grandes agricultores nacionais, é visto com cautela por eles. Sua ligação visceral é com o conceito por trás da palavra.

“Agronegócio não é o negócio na agricultura”, explica. “É um neologismo, criado por dois estudiosos de Harvard, nos anos 50, que concluíram que a fazenda sozinha não existe.” O agronegócio é, na visão de Pedreira, a conexão entre os elos que compõem a cadeia produtiva agrícola.

Hoje em dia, seu esforço está centrado em fazer dessa conexão algo que torne o sistema agrícola menos excludente socialmente, menos esgotante ambientalmente e, portanto, mais sustentável economicamente. Mas nem sempre foi assim. Natural de São Paulo, Pedreira passou por Ribeirão Preto, Brasília, Israel, esquadrinhou a Amazônia e o Cerrado, perdeu todos os investimentos e recomeçou do zero, antes de entender por que a sustentabilidade faz sentido para o agronegócio.

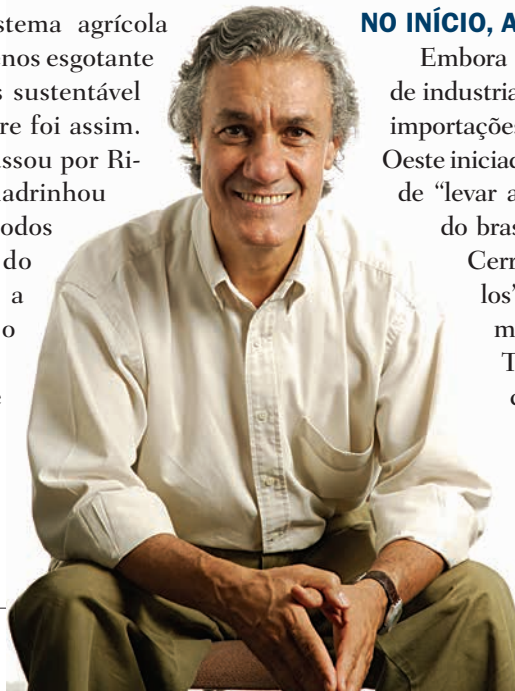
Filho do médico sanitarista e epidemiologista José Lima Pedreira de Freitas, Pedreira nasceu em “uma certa aristocracia rural”, como conta. Seu avô paterno, fundador da cidade de Arceburgo, era

“dono” de boa parte do Sul de Minas. “Sempre tive ligação com a fazenda, que é um valor importante para mim”, relata. “Mas voltado para questões de administração e gerência, para organizar os fatores de produção.”

Tanto que, formado em agronomia, em 1974 cursou uma especialização em administração rural, oferecida, em parceria, pela Fundação Getúlio Vargas, pela Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq) e pelo Instituto de Economia Agrícola. “O objetivo era levar ao setor rural os instrumentos da administração urbana.”, diz. Nada mais oportuno no ano em que tomava posse na Presidência da República o general Ernesto Geisel.

NO INÍCIO, A MODERNIZAÇÃO

Embora tenha dado continuidade ao projeto de industrialização, por meio da substituição de importações, Geisel retomou a marcha para o Oeste iniciada por Getúlio Vargas e adotou o lema de “levar ao campo a capacidade empresarial do brasileiro”. A estratégia era “integrar” o Cerrado e a Amazônia para não “entregá-los” ao capital estrangeiro, e a melhor maneira de fazer isso, a agricultura. Também data do período da ditadura a criação da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), do que mais tarde viria a ser a Central Nacional de Abastecimento (Conab) e da política de preços mínimos para os produtos agrícolas.





Tendo na bagagem o curso de especialização, a experiência de gerir parte da fazenda herdada dos avós e uma breve passagem, como profissional, por uma usina de açúcar, Pedreira foi selecionado pelos militares para integrar o corpo de assessores do então ministro da Agricultura, Allyson Paulinelli. “Em 1975, aos 25 anos de idade, cheguei a Brasília sem ter idéia de onde estava me metendo”, relembra. “Tinha sido criado no interior, ouvia falar da resistência, da Rua Maria Antônia, apenas pelo jornal. Era um alienado.”

Responsável pelo Programa de Modernização da Empresa Rural, ajudou a levar o enfoque de negócio ao setor rural em vários estados, por meio das redes de assistência técnica e extensionismo rural. “Antes, o produtor aprendia a plantar feijão, milho, abobrinha, mas nada conhecia de contabilidade”, exemplifica. Para ele, o aprendizado foi o de Brasil: “Conheci do Rio Grande do Sul a Roraima em detalhe.”

O governo também determinou – como era praxe na época dos militares – que se elegeisse um local para um novo pólo cacauicultor, evitando que a produção ficasse concentrada na Bahia, vulnerável a pragas e outros desastres. O Ministério da Agricultura escolheu Rondônia.

PARA OCUPAR a Amazônia, o governo militar optou por incentivar um modelo de produção que previa a retirada da floresta para dar lugar ao homem e às plantações. Nesta época, Pedreira apostou no cultivo de cacau

Embora integre a Amazônia Legal – conceito criado pelos militares para fins de planejamento e execução de políticas de “integração” –, Rondônia tem características diferentes de estados como o Amazonas e o Pará, por exemplo. “A qualidade do solo é igual à do norte do Paraná, é terra roxa estruturada”, explica Pedreira. E, como no Paraná, deu-se início a um sistema baseado na retirada da floresta para o cultivo.

Mas Rondônia ainda não era um capítulo na vida de Pedreira. Em 1979, no apagar das luzes do governo Geisel, ele integrou uma delegação do ministério a Israel para um curso sobre colonização. Com a criação do Estado de Israel, em 1948, os líderes israelenses se deram conta de que seus compatriotas, espalhados pelo mundo, eram especialistas em comércio e vendas, mas poucos trabalhavam a terra. Ocupar o novo território, no entanto, era essencial, e a melhor maneira de fazê-lo, a agricultura. Eles desenvolveram, então, os sistemas de



A COOPERLUCAS nasceu para ser uma associação de produtores, em que todos os esforços são conjuntos. Os primeiros cooperados chegaram nos anos 80

Holambra no País – esta em Mato Grosso – a melhor oportunidade para pôr em prática seus conhecimentos. Começava a revolução dos grãos no Centro-Oeste e, aos poucos, Pedreira arregimentou os filhos e netos de holandeses que tinham imigrado para o Brasil nos anos 40 para criar a primeira Cooperativa Agropecuária Holambra nos arredores de Campinas.

UMA COOPERATIVA NO CERRADO

Preparou-os para viver e produzir em comunidade e formar uma cooperativa. Ao contrário das tradicionais cooperativas de produção, em que os agricultores se unem apenas para comprar insumos e vender suas mercadorias, as associações de produtores funcionam no estilo do kibutz, em que todos os esforços são conjuntos. “Tudo é de todos”, arremata ele. Nasceu assim a Cooperlucas – Cooperativa Agropecuária Lucas do Rio Verde, que no início dos anos 80 passou a operar no que hoje é a cidade de Lucas do Rio Verde, em Mato Grosso.

O modo de produção era retirar e queimar o cerrado para dar lugar às plantações, o mesmo adotado por Pedreira em outra empreitada, esta com ex-colegas de Brasília, no projeto do pólo cacauicultor de Rondônia. “Tínhamos financiamento do governo a perder de vista e implantávamos o paradigma da época”, conta. “Tirávamos a madeira de lei para vender, o resto era cortado e queimado, não havia valor para aquela madeira.” Com os troncos cortados formava-se o “pavio”, esperava-se a estação seca e ateava-se fogo. O cacau era plantado no meio dos restos do que fora mata, acompanhado de uma muda de bananeira – planta de crescimento rápido, que forneceria o primeiro sombreamento necessário ao pé de cacau – e de uma muda de árvore nativa – esta para crescer alta e garantir o sombreamento permanente.

O método foi desenvolvido para evitar o aparecimento de fungos e de outras doenças que afetavam as plantações na Bahia, onde

kibutzim e moshavim – cooperativas agrícolas surgidas no princípio do século XX.

De olho na “integração” da Amazônia, o governo brasileiro queria aprender com a experiência israelense. Mas, para Pedreira, a vivência de oito meses em Israel despertou “valores adormecidos”. “Aquela coisa de organizar o espaço agrícola, criar uma comunidade, dar sustentabilidade econômica e ambiental a ela, me cutucou muito, embora eu não me desse conta disso”, lembra.

De volta ao Brasil em 1979, já fora do governo, vivendo em São Paulo e desempregado havia seis meses, ele viu na criação de uma empresa para ajudar a construir a terceira cooperativa da

**A REALIDADE SE FEZ SENTIR PELO BOLSO:
A CULTURA DE CACAU E SERINGA NÃO
VINGOU. NÃO SE PODIA PLANTAR NA
AMAZÔNIA COMO SE FAZIA NO SUL**




a floresta é mantida e o cacau, plantado no lugar do sub-bosque para aproveitar a sombra. As árvores altas impedem a chegada da luz do sol, e a umidade favorece os fungos. “Era preciso retirar a floresta para dar lugar ao cacau e ao homem.” Assim foi também com outras experiências que Pedreira acumulou na mesma época, cultivando seringueiras na região de Manaus, ajudando a desenvolver o núcleo de Rio Verde no Cerrado. “Eu achava que ia ficar rico e ajudar o Brasil”, diz.

A realidade, porém, se fez sentir pelo bolso em alguns anos. A cultura de cacau não vingou, as seringueiras foram atacadas por doenças, e começou-se a preferir o plantio nos estados do Sul, onde o período de seca naturalmente afasta os fungos da seringueira. “Fiz todo o esforço, peguei duas malárias, mas não dava certo. Perdi tudo e comecei a perceber que estava equivocado. Não podia plantar na Amazônia como se plantava no Sul, estava agredindo a natureza. Além disso, minha relação com os empregados era de trabalho escravo, eles passavam três meses em barracas de palha no meio da floresta, não tinha escola, refeitório, nada.”

Pedreira participou da Rio 92 como vice-

presidente da Associação dos Empresários da Amazônia, defendendo que chama de “paradigma antigo”. Insistiu na produção na Amazônia até 1995, quando decidiu mudar. “Fui derrotado, mas aprendi que aquele não era o modelo.”

Aos poucos, passou a estudar a questão ambiental e reorientou sua empresa, a Hecta. Foi responsável pelo projeto de co-geração do Grupo Balbo, fez parte do Climate Change Network e começou a defender a necessidade de se atentar para a sustentabilidade do agronegócio.

Na Amazônia, outro modelo – o da sustentabilidade – ainda não se desenvolveu, na visão de Pedreira. “Há nichos importantes de manejo sustentável, mas este ainda não foi generalizado, é coisa para duas ou três gerações e muita pesquisa.” Seu foco, então, volta-se para a agricultura familiar. Hoje à frente da organização da Agrifam – Feira Estadual da Agricultura Familiar e do Trabalho Rural –, Pedreira acredita na “redenção” do agronegócio com a inclusão da agricultura familiar. E aconselha: é preciso usar a força do adversário para transformá-lo. 

A REVOLUÇÃO dos grãos chegou ao Centro-Oeste no final dos anos 70. Como se faz ainda hoje, as plantações apareciam onde antes era cerrado



Eficiente é

“NOVENTA MILHÕES EM AÇÃO / PRA FRENTE BRASIL / DO MEU CORAÇÃO /



conservar

TODOS JUNTOS VAMOS / PRA FRENTE BRASIL / SALVE A SELEÇÃO!”

POR GUSTAVO KONDA

O CONSUMO TOTAL NO PAÍS PODE CHEGAR A 617 TWH EM 2015.

No Brasil, em ano de Copa do Mundo, não há música mais lembrada do que o jingle composto, em 1970, por Miguel Gustavo. A melodia criada para um comercial acabou se transformando no hino da Seleção Canarinho, que se consagrou como tricampeã mundial de futebol naquele ano e acompanhou a transmissão captada por 6 milhões de aparelhos de televisão no País. Agora, a cada nova edição da Copa do Mundo, a publicidade resgata o jingle para vender de tudo, de aparelhos eletrodomésticos a carros. Mas uma atualização das informações é necessária.

Trinta e seis anos depois do tricampeonato, somos mais de 180 milhões de habitantes e possuímos cerca de 54 milhões de televisores para acompanhar os jogos da Seleção. Somente em 2003 foram vendidos mais de 6 milhões de aparelhos de TV, segundo a *Pesquisa Industrial Anual 2003*, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). No ano seguinte, de acordo com a Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos (Eletros), houve um crescimento de 42% nas vendas. O resultado desse aumento foram mais 9 milhões de televisores.

Hoje, o Brasil já tem aparelhos de televisão em mais de 90% de seus domicílios. A alta constante da produção e venda de televisores é somente uma das evidências de que vamos precisar de mais energia elétrica. Energia para a produção e energia para o consumo.

Outros indicadores dessa necessidade futura podem ser encontrados no Plano Decenal de Expansão de Energia Elétrica (PDEE 2006 - 2015) do Ministério de Minas e Energia lançado em meados do mês de março.

Segundo as projeções do PDEE, o consumo total de energia elétrica no País pode saltar dos atuais 373,5 tWh (terawatt-hora ou trilhão de

watts por hora) para 617,7 tWh em 2015. E daqui a dois campeonatos mundiais de futebol, ou seja, daqui a somente oito anos, poderemos ser 202 milhões “em ação”, consumindo mais energia elétrica, não só através do uso da televisão, mas também de computadores, celulares e todo tipo de aparelho eletroeletrônico que venha a ser inventado.

GERAR VS. CONSERVAR

Neste país cada vez mais plugado disseminou-se a idéia de que, para fazer frente ao aumento da demanda, é preciso elevar a geração – leia-se “construção de usinas hidrelétricas” – e ofuscar-se estratégias alternativas que visem, justamente, um melhor uso da energia já disponível. Sem comprometer a qualidade dos serviços ao consumidor.

Somente com ações de redução de consumo e programas de eficiência energética, o Brasil poderia economizar 40% do que utiliza hoje – 30% só no consumo residencial –, mostra um estudo realizado por Gilberto Jannuzzi, professor e pesquisador da Unicamp.

Além de suprir parte da demanda com energia que normalmente é desperdiçada, as estratégias de conservação fazem sentido também do ponto de vista socioambiental. Embora sejam tidas como fontes limpas, as hidrelétricas – que representam cerca de 90% da matriz energética nacional – carregam um custo socioambiental elevado.

Jannuzzi admite a necessidade de ampliação da oferta, mas sugere que em um “cenário eficiente” – que inclui o aumento do uso de fontes renováveis e as ações de conservação de energia – ela seria bem menor. O entrave,

QUILOWATT-HORA (KWH) é a medida usada para calcular o consumo de energia elétrica. Se um aparelho que tem uma resistência elétrica de 1.000 watts ficar ligado por uma hora, ele terá consumido 1.000 watts de energia elétrica ou 1 kWh.

COM CONSERVAÇÃO E EFICIÊNCIA, É POSSÍVEL ECONOMIZAR 40%

aponta o professor, é a “tradição forte de planejamento calcado na geração”, que leva ao que ele chama de “cenário tendencial”.

Em parceria com o Programa de Energia e Mudanças Climáticas do WWF-Brasil, Jannuzzi elaborou uma visão alternativa à expansão do setor elétrico, tendo como horizonte o ano de 2020. O relatório resultante do trabalho do pesquisador será publicado em breve.

O próprio governo reconhece o potencial de conservação existente, mas os percentuais apresentados no PDEE são mais tímidos do que os calculados por Jannuzzi. Um dos cenários aventados no Plano Decenal indica a possibilidade de conservação no consumo residencial de 8,1% nas regiões Norte e Nordeste e de 7,2% nas demais regiões.

Engrossando o coro dos que apostam em um potencial expressivo de conservação está o coordenador do projeto “Um Banho de Sol para o Brasil”, Dêlcio Rodrigues, do Instituto Vitae Civilis, que promove o uso de aquecedores solares como alternativa aos chuveiros elétricos – um dos grandes “vilões” do desperdício de eletricidade no consumo residencial. Neste setor, diz Rodrigues, outro grande escoadouro de energia está na quantidade de prédios que não possuem programação inteligente nos elevadores. “A maioria absoluta não tem sensores de presença e a iluminação fica ligada 24 horas por dia desnecessariamente”, afirma.

A situação dos elevadores é apenas um caso de mau uso da energia elétrica entre dezenas de outros, como a utilização de maquinário antigo e pouco eficiente no setor industrial e a perda de energia nas linhas de transmissão.

Essa perda, aponta Rodrigues, chega a 14% no Brasil, quando no resto do mundo a média fica entre 5% e 6%.

HÁ VIDA NO SETOR PÚBLICO

Apesar desses exemplos, o cenário não é de total inércia no setores público e privado. Mesmo antes do apagão, que deixou no escuro 10 estados e o Distrito Federal no dia 21 de janeiro de 2002, e evidenciou uma crise no setor de energia, já existiam iniciativas de conservação e uso eficiente.

Uma das ações de origem governamental é o Programa Nacional de Conservação de Energia Elétrica, o Procel, mais conhecido do público pelo selo de economia de energia estampado em aparelhos eletrodomésticos novos, como geladeiras e freezers. Ainda este ano, o selo Procel vai chegar aos televisores e fornos de microondas que apresentem consumo reduzido no modo *stand-by* (*quadro à página 60*). Além do selo, o Procel, criado pelo governo federal em 1985 e executado pela Eletrobrás, promove a racionalização do consumo e combate o desperdício de energia elétrica, com subprogramas na área de educação e eficiência energética em prédios públicos.

Entre a criação do Procel e o apagão veio a privatização do setor elétrico e, com ela, a Lei nº 9.991, de julho de 2000, que obriga as concessionárias e permissionárias de serviços públicos de distribuição de energia elétrica a aplicar 1% de sua receita operacional líquida em pesquisa e desenvolvimento e em programas de eficiência energética. Para cumprir a obrigação referente à eficiência – e ganhar pontos na imagem –, algumas distribuidoras tomam a iniciativa de trocar de eletrodomésticos das famílias de baixa renda. Aparelhos novos e mais eficientes consomem menos energia e o

UM MEGAWATT é igual a um milhão de watts.
Um gigawatt (gWh) equivale a 1 bilhão e
1 terawatt, a 1 trilhão de watts.

ENQUANTO AS PERDAS NAS LINHAS DE TRANSMISSÃO CHEGAM A 14%,

Stand by me

Concedido aos produtos com os melhores níveis de eficiência energética dentro das categorias lâmpadas, reatores para lâmpadas, eletrodomésticos (ar-condicionado, congelador e refrigerador), sistemas de aquecimento solar e motores, o selo Procel vai passar a identificar também os televisores e fornos de microondas que apresentem consumo reduzido no modo *stand-by*.

Quando você desliga a televisão ou outro aparelho eletroeletrônico, ele não fica exatamente desligado. Enquanto você trabalha, os aparelhos em casa estão no modo *stand-by*, esperando para ser ligados novamente, mas consumindo energia e aumentando a conta de luz.

De acordo com dados do Procel e do Inmetro, independente do tamanho da tela, o televisor consome de 0,5 watt até cerca de 8,0 watts. Se um televisor na faixa de consumo mais alta ficar em *stand-by* por um mês, 24 horas por dia, o consumo será de 5,7 kWh. Energia desperdiçada. Já os fornos de microondas possuem potência que vai de cerca 1,5 watt até 4,0 watts, e o tamanho e a luminosidade do *display* influem diretamente no consumo em *stand-by*.

Na fase de implementação do selo, não será avaliada a eficiência energética da televisão no modo ativo. O selo Procel para televisores, com previsão de lançamento para o segundo semestre deste ano, será concedido inicialmente aos equipamentos que possuem consumo reduzido no modo *stand-by*.

Já para fornos de microondas o selo identificará os aparelhos com os melhores níveis de eficiência energética e baixo consumo em modo *stand-by*. O lançamento deverá acontecer ainda no primeiro semestre de 2006, segundo o engenheiro da área de tecnologia do Procel, Alexandre Raybolt. “Essas ações serão levadas gradualmente a outros equipamentos que possuem o modo *stand-by*, tais como equipamentos da linha de vídeo e som”, informa.

HÁ EMPRESAS ESPECIALIZADAS EM POUPAR ENERGIA NO SETOR PRIVADO

que poderia ser uma péssima notícia para as concessionárias acaba se transformando em um bom negócio, pois a taxa de inadimplência nas contas de luz se reduz.

ASSUMINDO O RISCO

No setor privado, a aplicação de estratégias alternativas é mais custosa, muitas vezes por falta de conhecimento dos empresários em relação às vantagens econômicas e ambientais da implantação de um projeto de eficiência energética. Prova disso é a dificuldade de financiamento das chamadas Empresas de Serviços de Conservação de Energia, conhecidas como Escos, termo resultante da sigla em inglês.

Empresas de capital de risco, as Escos desenvolvem “estudos de eficiência energética” para avaliar o potencial de economia de empreendimentos específicos. A partir destes estudos, elas sugerem uma série de ações, como a substituição de equipamentos e reformas nas instalações, para que aquele potencial seja alcançado. Se as ações forem implementadas e gerarem os resultados esperados, a Escos recebe parte do que foi economizado no empreendimento, de acordo com um contrato preestabelecido. Mas, por assumir o risco do projeto, a Escos pode arcar com prejuízo se o resultado não for satisfatório, explica o administrador da Escos MGD, Vagner Cruz.

No Brasil, a maioria das Escos são empresas de pequeno porte que não contam com recursos próprios para operacionalizar um projeto de eficiência energética. O financiamento por parte do empreendimento a ser avaliado poderia ser uma alternativa, mas raramente acontece. “Aumentando um centavo no preço do óleo,

por exemplo, um supermercado já cobre os custos com a energia elétrica”, afirma o chefe do departamento de Meio Ambiente do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), Eduardo Bandeira de Mello.

Sobra às empresas de conservação uma última opção de financiamento, para a qual justamente o BNDES poderá ser a luz no fim do túnel. Uma linha de crédito exclusiva para esses empreendimentos está em negociação, à espera de aprovação. Para a diretora-executiva da Associação Brasileira das Empresas de Conservação de Energia (Abesco), Maria Cecília Amaral, não está claro se o motivo da demora na aprovação são especificações técnicas ou o fato de a linha “não ir ao encontro dos interesses do banco”.

“O grande potencial (*da conservação de energia e uso eficiente*) só vai ser atingido com o incremento do mercado de Escos”, afirma Bandeira de Mello, reforçando que o BNDES nunca teve restrições ao financiamento dessas empresas. Ele lembra, entretanto, que o banco não tem a capilaridade necessária para atender projetos de pequeno porte e é necessária a participação de agentes financeiros que repassem os empréstimos.

Diferentemente de outras questões que envolvem poder público, sociedade civil e interesses privados, a conservação de energia e a eficiência energética são assuntos de convergência de opiniões, ainda que se discutam as fontes da matriz energética e dos financiamentos. Todos reconhecem os potenciais e a importância destas iniciativas, mas os resultados das ações ainda são tímidos, enquanto aumentam a população, a demanda e os custos da geração de energia. Sem uma rápida articulação no setor energético, em breve precisaremos torcer para não faltar energia elétrica na hora do jogo. @

retrato



DA LAMA AO CAOS

FOTO E TEXTO: GERMANO NETO

Titico e Raimundinho são catadores desde meninos na Ilha Caiçara. O cigarro de palha na ponta dos lábios é ferramenta de trabalho. A erva escura solta um cheiro que só ele é capaz de espantar os mosquitos.

Saem do Delta cerca de 150 mil cordas de caranguejos por mês, são mais de 30 toneladas.

— Vai quase tudo para Fortaleza, turista é que gosta, conta Raimundinho.





De capital e alma abertos

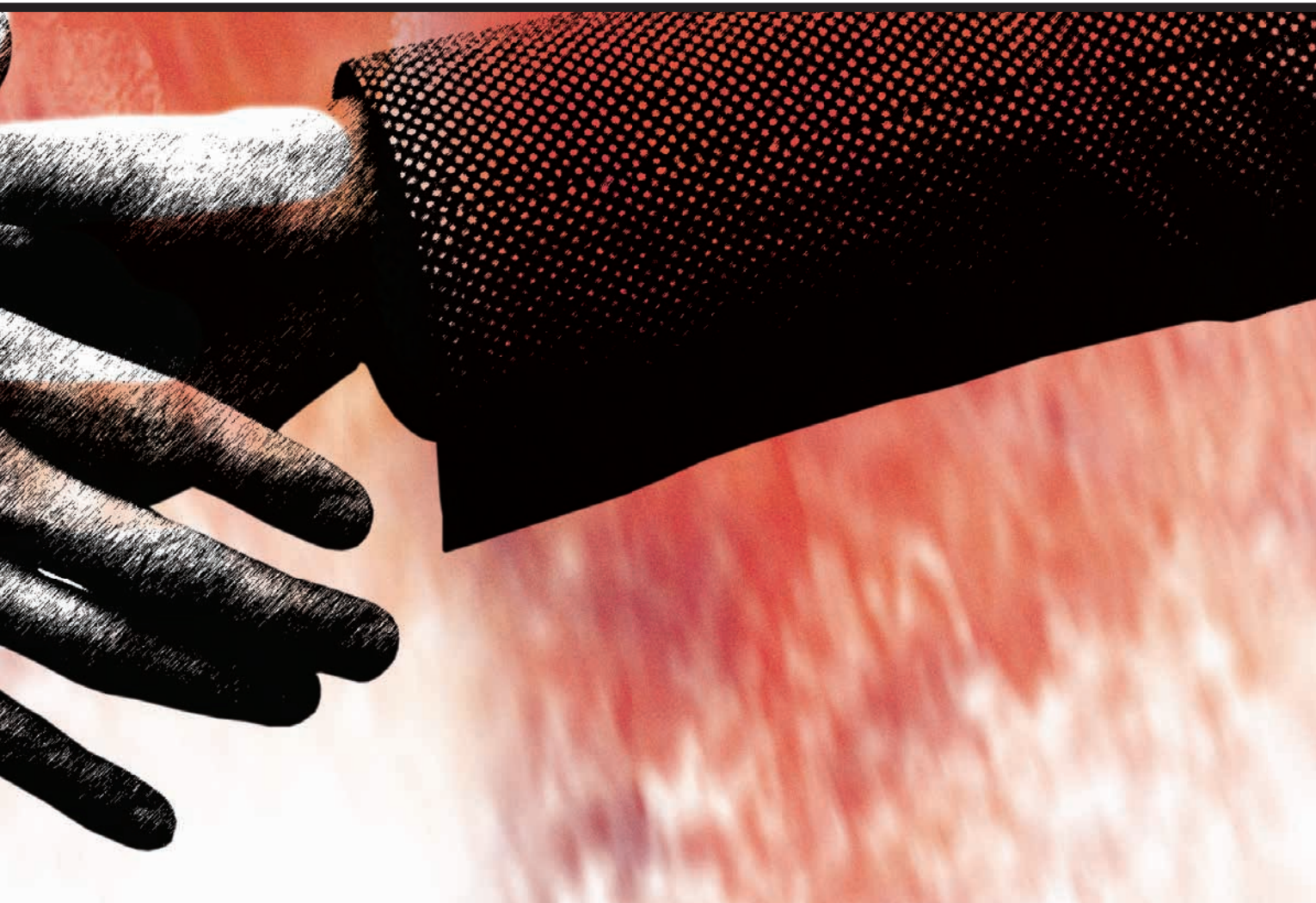
A INFORMAÇÃO DE QUALIDADE E A TRANSPARÊNCIA SE CONSOLIDAM COMO BASES NECESSÁRIAS PARA A SUSTENTABILIDADE NO MERCADO DE AÇÕES

POR LUCIANO MARTINS COSTA

Informação de qualidade continua um dos ativos mais valiosos no mercado de ações e na gestão das companhias de capital aberto, mas, com a complexidade do ambiente econômico e a ampla oferta de informações, os investidores já não correm como antes atrás de supostas exclusividades. Segundo o diretor de relações com investidores de um dos maiores bancos em operação no Brasil, os grandes investidores e os profissionais preocupam-se

mais com questões macroeconômicas e com a estratégia das empresas. A capacidade de análise de conjunturas e a visão estratégica se tornam mais relevantes.

O tempo da informação aberta chegou para ficar e se consolida como uma das bases da sustentabilidade no mercado de ações. Os agentes do mercado celebram a sucessão de boas notícias e apostam que o Brasil está próximo de alcançar o nível de *investment grade*, nota



que as agências de classificação de risco dão a países ou empresas conforme a qualidade do crédito ou a capacidade de cumprir compromissos financeiros. Mas ainda há muitas pedras no caminho.

Além do alto índice de informalidade, do patamar ainda elevado da dívida pública e dos juros que demoram a descer para níveis aceitáveis – fatores já apontados pela analista de ratings soberanos da agência de classificação de risco Standard & Poor's, Lisa Schineller, em visita ao Brasil em março –, nem tudo é transparência.

Algumas grandes empresas mantêm o vício de cumprir as regras na comunicação oficial ao mercado e dourar as informações na hora de falar diretamente ao público.

As instituições se movem. O Instituto Brasileiro de Relações com Investidores (Ibri), que congrega os executivos responsáveis pela prestação de contas das maiores companhias abertas ao mercado, compromete-se com um novo código de conduta a partir deste mês de abril. Em maio, inaugura uma série de eventos para discutir as melhores práticas de divulgação de informações. Mas o relacionamento mais aberto, embora dê sinais de se trans-

formar em tendência, ainda não é praxe generalizada.

A Bovespa, maior centro de negociações com ações da América Latina, integra todas as bolsas brasileiras em um só sistema e oficializou em 2001 o Novo Mercado – do qual só participam as ações de empresas que atendam a exigências mais rigorosas do que a própria legislação sobre governança corporativa. Além disso, foram criados os níveis 1 e 2 para classificação de empresas passíveis de serem listadas no Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada.

O mercado, essa entidade quase mitológica cujos humores costumavam há até pouco tempo assombrar a vida dos brasileiros a cada solução de crise, teria se convertido ao lado luminoso da Força? A resposta é negativa: o mercado é pragmático, age normalmente de forma reativa, mas pode assumir posições de vanguarda quando os interesses estão muito claros. A premissa fundamental da iniciativa da Bovespa, à qual muitas companhias vêm aderindo, é que a qualidade das informações prestadas pela empresa e o grau de segurança proporcionado pela garantia de direitos aos acionistas influenciam positiva-



mente a valorização e a liquidez das ações.

Um sinal de que o mercado ruma nessa direção é o anúncio de que seis empresas já abriram seu capital neste ano e 12 já protocolaram seus pedidos, cumprindo os rituais para o lançamento público de ações (IPO, ou *Initial Public Offering*), todas elas se comprometendo com mais transparência. Nesse ritmo, espera-se que sejam mais de 30 até o final do ano. Um número expressivo, se lembrarmos que no ano passado foram 11 lançamentos, em 2004, sete, e em 2003 não houve disposição para compartilhar ações com o mercado.

Mais interessante: a parcela de empresas que migram para o Novo Mercado cresce de forma exponencial. Eram 15 no primeiro ano de funcionamento das regras mais rigorosas, com 14% do volume negociado e 19% do valor de mercado da totalidade das ações negociadas. Em março passado, das 381 empresas com ação em bolsa, 70 estavam listadas no Novo Mercado, representando 53% do volume negociado e 49% do valor de mercado. Embraer, Saraiva e Perdigão estão entre as companhias que aderem às regras mais exigentes de governança corporativa.

Para Wang Horng, gerente de relações com empresas da Bovespa, o mercado de ações no Brasil está maduro para competir no ambiente global: “A infra-estrutura brasileira é melhor do que a de muitos outros países importantes, e o Novo Mercado é celebrado lá fora como um exemplo”. Ela lembra que a Bovespa deu início a esse movimento em 2000, período de estagnação em meio às frustrações com a implosão da chamada economia digital. “Hoje há muito mais agentes envolvidos, as instituições estão mais sólidas, as condições de mercado estão mais favoráveis e a cultura da companhia pública é mais forte”, observa.

Wang entende que as empresas que aceitam normas mais rigorosas de governança, partilhando com a sociedade suas estratégias, estão

O NOVO MERCADO

recebe adesão crescente de empresas. O número passou de 15 no primeiro ano de funcionamento, em 2001, para 70 em março



buscando sustentabilidade, e nos eventuais períodos de instabilidade também poderão se valer da comunicação mais direta com o mercado. “Mas, para ser sustentável, não basta a companhia ter um bom plano de investimento – ela precisa desenvolver realmente uma cultura de empresa pública”, acrescenta, lembrando que “a realidade mudou completamente nos últimos anos e as empresas que não evoluíram já sucumbiram”. As novas regras, garante, vieram para ficar: “Vamos assistir a novos saltos de adesão ao Novo Mercado em 2006, e esse é o padrão daqui para a frente”, conclui.

MEDO OU VONTADE?

Os analistas de mercado, que vivem de antecipar cenários para definir estratégias de investimento, comemoram. Com as instabilidades de anos anteriores, nem mesmo a intuição de um Jedi era suficiente para o estabelecimento de metas de longo prazo.

Para o consultor independente Fábio Colombo, agora não apenas as empresas e outros grandes investidores podem vislumbrar com mais clareza o que vem pela frente numa perspectiva mais longínqua, mas também o cidadão comum se sente seguro para auscultar as possibilidades do mercado de ações. Mesmo que, normalmente, o pequeno e médio investidor prefiram a segurança dos fundos, sua decisão de experimentar o negócio com ações é influenciada pela safra de boas notícias e pela maior transparência na governança das empresas.

“O investidor pessoa física ficou preso aos fundos de renda fixa por medo da inflação, e a nova situação é favorável ao desenvolvimento de uma cultura de investimento em ações”, observa Colombo. Informação de qualidade, na sua opinião, ajuda a controlar certa insensatez que eventualmente toma conta dos mercados, provocando o efeito manada. “O mercado acionário comete erros em todo o mundo, geralmente por ganância”, acrescenta, comen-

tando que a transparência é um bom antídoto para a insensatez que pode tocar a boiada morro acima nos períodos de otimismo.

No momento, o mercado converge para a convicção de que estamos a caminho de alcançar o nível de *investment grade*. Segundo o presidente do Ibri, Geraldo Soares, “é consenso nas equipes de economistas de bancos que o Brasil vai alcançar brevemente o nível de *investment grade*. Os otimistas acreditam que será no quarto trimestre de 2007 e os pessimistas, em meados de 2008”.

O presidente do Ibri está convencido de que hoje, como em 1971, vivemos um período de expansão, com maiores perspectivas de sustentabilidade, que deve ser aproveitado para discussão dos fundamentos das relações econômicas e para educar a sociedade. Soares é um dos criadores do Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado – Codim, iniciativa conjunta de oito entidades.

Há quem diga que essa e outras iniciativas que modernizam rapidamente o mercado brasileiro de ações teriam brotado mais por medo do atual governo do que por vontade espontânea. O Ibovespa, principal índice de preços da Bolsa brasileira, caiu para cerca de 8 mil pontos com a vitória de Luiz Inácio Lula da Silva, em 2002, lembra um economista com larga experiência em consultoria de investimentos.

“O pessoal resolveu criar auto-regulamentações de primeiro mundo para se antecipar à mão peluda do governo, e, depois que ficou claro que ele não iria tocar fogo no circo, ficou essa beleza”, brinca o consultor, lembrando que o Ibovespa abre o segundo trimestre do ano batendo nos 40 mil pontos, um recorde.

Para o veterano consultor, nem todos os dinossauros citados por Wang Horng já sucumbiram. Alguns deles seguem o desfile da modernidade, mas resistem como podem à abertura

A BOVESPA DEFENDE QUE INFORMAÇÃO E GARANTIA DE DIREITOS AOS ACIONISTAS VALORIZAM AS AÇÕES



A IMPRENSA "compra" a versão das companhias: estudo mostrou, por exemplo, que a palavra "lucro" aparecia em 10 a cada 15 destaques em reportagens sobre o balanço anual

AINDA HÁ VÍCIOS. A EMPRESA VENDE UMA IDÉIA E O INVESTIDOR PODE SER INDUZIDO AO ERRO

de informações estratégicas, especialmente em setores muito competitivos. O jornalista Pedro Cadina flagrou algumas dessas companhias em manobras de dissimulação, ao longo de uma pesquisa para a monografia do curso de gestão em comunicação organizacional da Escola de Comunicações e Artes, da USP. Seus balanços poderiam ser qualificados como modelos de clareza, mas, na hora de transformar os dados em informação, impõem claramente um viés que não é necessariamente aquele observado pelos analistas.

AVANÇAR SEM AMARRAR

Trata-se de sutilezas que, mesmo não afetando significativamente o mercado, revelam o modelo mental que predomina nessas companhias. Cadina constatou, por exemplo, que algumas empresas trabalham o conceito de dívida líquida de forma a disfarçar seu endividamento real, e exageram na relevância do lucro em seus comunicados. Num dos casos estudados, em que analisa como os dados do balanço foram apresentados à imprensa especializada, o pesquisador constatou que a palavra "lucro" aparecia em 10 de 15 títulos ou destaques de reportagens publicadas.

A empresa vende uma idéia que não está necessariamente em seu balanço, a imprensa compra e o investidor pode ser induzido a erro de avaliação. Claro que o investidor profissional ou institucional e o grande investidor individual têm suas defesas. O risco recai justamente sobre o investidor pequeno ou médio, que conta com o aconselhamento do gerente de sua conta-investimento, nem sempre especializado.

Esses vícios aumentam a importância das mudanças que as instituições do mercado tentam acelerar. Geraldo Soares afirma que a autorregulamentação que conduz à exigência de mais transparência e fornecimento de informações

qualificadas ao mercado surgiu da percepção dos sinais de cobrança da sociedade.

O novo código de conduta do Ibri foi submetido a audiências públicas depois de consultas aos 300 associados da entidade. Embora tenha enfrentado resistências em seu caminho, é tido como um vigoroso avanço em relação à versão anterior. Em vez de repetir, como recomendação, o que determina a legislação, procura destacar as melhores práticas de comunicação e reforça compromisso com a transparência.

Uma das questões que o instituto quer ver discutida é a prática de algumas companhias de fazer as reuniões públicas exclusivamente em inglês e recomendar que a globalização não seja usada como justificativa para limitar o alcance das informações liberadas. Essa, por exemplo, é considerada uma prática não igualitária.

Tanto o presidente do Ibri como a gerente de relações com empresas da Bovespa entendem que a busca da boa governança corporativa deve ser uma tarefa de todas as instituições interessadas, com a participação da imprensa especializada. "Governança é um tema que está em discussão acadêmica no Brasil há quase quatro décadas, começou a ser levada a sério pelo mercado em 1998 e 1999, levou ao surgimento do Novo Mercado em 2001 e agora não tem mais volta", aposta Wang Horng.

"Não podemos esquecer que o mercado é cíclico por natureza, e devemos lembrar que instituições mais sólidas reduzem o risco de oscilações", afirma Soares, assegurando que, apesar de algumas resistências, o mercado assimila rapidamente a nova mentalidade. Na sua opinião, evolui a idéia de que, para se tornar competitivo como destino dos investidores domésticos e do capital globalizado, o Brasil tem de avançar sem amarrar as empresas. "Precisamos chegar ao ponto de oferecer a confiança daquele sujeito que vende um carro usado e sugere que o comprador consulte seu mecânico", conclui.



artigo



GLADIS RIBEIRO

é diretora-executiva do Centro de Estudos em Sustentabilidade da FGV-EAESP

Os homens que não copiavam

POR **GLADIS RIBEIRO**

Capitalistas e revolucionários: assim Karl Marx e Friedrich Engels definiram a “nova” classe burguesa responsável pela primeira “onda de globalização” no século XVIII. O elogio aparece no *Manifesto do Partido Comunista* de 1848. É certo que Marx e Engels se utilizaram dessa definição para caracterizar os atores que para eles seriam os algozes das classes trabalhadoras nacionais, mas nem por isso lhes negaram o reconhecimento da capacidade inovadora. Mais de 150 anos depois, uma nova geração de empresários com o mesmo DNA revolucionário é necessária, dessa vez para integrar a sustentabilidade ao mundo dos negócios.

Apesar da relevância dada hoje a temas socioambientais em várias esferas do mundo privado, a sustentabilidade continua a ser vista apenas como a voz do politicamente correto. Em um estudo realizado pela Mercer Investment Consulting com os 157 maiores administradores de fundos mundiais, responsáveis por US\$ 20 trilhões em ativos, somente 15% indicaram a importância de temas ambientais em suas decisões e valorização de ativos.

A noção de sustentabilidade como valor agregado e sua incorporação no processo decisório permanecem controversas. A questão central ainda é a incapacidade, até este momento, de quantificar de maneira adequada o impacto de elementos aparentemente não-financeiros, como questões sociais e ambientais, no desempenho financeiro de agentes econômicos.

O desafio para romper a barreira dos nú-

SOMENTE ELES PODERÃO INTEGRAR A SUSTENTABILIDADE AO MUNDO DOS NEGÓCIOS

meros não é pequeno. Entre os principais obstáculos está o fato de que a incorporação da comunidade e do meio ambiente na análise de investimentos amplia a complexidade dos projetos. É preciso também superar a tradição de socializar custos como os decorrentes de impactos nos recursos naturais – sob a ótica da sustentabilidade, a responsabilidade passa ao empreendedor. Por fim, aliado ao fato de o desempenho das políticas socioambientais raramente ser traduzido em números, faltam incentivos à inovação voltada para a sustentabilidade, que acaba ocorrendo graças à dedicação de indivíduos.

Do mesmo modo, a idéia de que o meio ambiente presta serviços quantificáveis ao homem soa futurista. Vozes como a do Nobel de Economia Joseph Stiglitz, que defende a recompensa





ao Brasil pelos “enormes serviços ambientais que presta ao mundo”, são exceção.

Em ambos os casos, não é surpresa que o setor financeiro lidere o processo de incorporação da sustentabilidade. Como o risco é a essência do negócio financeiro, a sustentabilidade como forma de reduzir incertezas começa a tomar contorno dentro das instituições financeiras.


Os atores mais avançados nesse processo são as seguradoras. A razão é simples: os desafios representados pelo aumento da incidência de desastres naturais, em sua maioria devido às mudanças climáticas globais, têm impacto financeiro direto sobre as seguradoras, como demonstrou Evan Mills, do Lawrence Berkeley Laboratory. Ainda que o número de assegurados também tenha crescido, os custos dos desastres naturais para as seguradoras elevaram-se de forma surpreendente, saindo de um patamar de US\$ 10 bilhões nos anos 60 para US\$ 60 bilhões no início de 2000.

A análise de riscos ambientais é parte do dia-a-dia de todas as seguradoras do mundo e, pelo menos nesse segmento, os defensores da sustentabilidade já não são alternativos. O desenvolvimento de produtos e uma estreita coordenação entre analistas de risco e de

negócios fazem com que o setor, apesar dos novos custos, continue a crescer. Essa realidade, no entanto, não é igual em todos os países. Embora 20% dos negócios mundiais sejam assegurados de algum modo, a média para países emergentes é de 4%, contra 40% nas nações industrializadas. Resultado: os custos dos desastres em países como o Brasil acabam sistematicamente socializados.

No restante do setor financeiro, sobretudo nos bancos comerciais, o processo de incorporação da sustentabilidade é em grande parte estimulado por pressões da sociedade civil ou por perdas associadas a questões socioambientais. Mas mesmo as instituições *avant-garde* em termos de avaliação de riscos se aventuram com cuidado, e o progresso ocorre mais na incorporação da análise risco do que na direção de investimentos e desenvolvimento de produtos. Não é fácil provar ao *board* a viabilidade de um produto sem que estejam disponíveis análises quantitativas adequadas.

O Índice de Sustentabilidade Empresarial da Bovespa (ISE), que apresenta médias de retornos superiores ao Ibovespa desde seu lançamento, indica uma trajetória promissora para as melhores práticas. Apesar disso, ainda é abordado pela imprensa como mais uma iniciativa politicamente correta.

O desafio é provar que investir em negócios sustentáveis significa uma oportunidade que viabiliza empreendimentos mais produtivos ao incorporar adequadamente a força de trabalho, catalisar o aumento da oferta de energias renováveis e o uso de tecnologias limpas, mas que acima de tudo trazem retornos financeiros importantes. Sem casos concretos não haverá evidências e, para que as provas existam, são necessários empreendedores e investidores com DNA revolucionário. Somente eles, como nos primeiros tempos do capitalismo, colherão os retornos financeiros dos homens que não copiavam. 





QUESTÃO DE FUNDO

FOTO E TEXTO: GERMANO NETO

Uma das ilhas mais povoadas do Delta do Parnaíba é a Canárias, com cerca de 2 mil habitantes. Dos mangues da Canárias sai o sustento das famílias, entre elas a de Titico.

— Cato cem cordas por semana (cada uma tem quatro caranguejos). Só pode catar o macho. Se catar a fêmea, o caranguejo acaba, explica Titico.

coluna



REGINA SCHARF

é jornalista especializada em meio ambiente e autora de vários livros, entre eles *Manual de Negócios Sustentáveis*

A natureza da guerra

POR REGINA SCHARF

No início do século XVI, dois gênios renascentistas, Leonardo da Vinci e Maquiavel, trabalharam juntos num projeto militar encomendado por Cesare Borgia, senhor de Florença. A idéia era desviar o Rio Arno e, assim, deixar à míngua a cidade de Pisa, rival dos florentinos. Muito bonito no papel, o plano falhou devido às muitas cheias do Arno, a problemas de engenharia e à falta de disciplina dos trabalhadores. O fracasso obrigou Leonardo a se exilar em Milão, enquanto Maquiavel se recolheu discretamente para escrever *O Príncipe*.

Não é de hoje, pois, que o meio ambiente é instrumento e vítima das guerras. O que muda, naturalmente, é a escala da destruição, que cresce junto com o poder de fogo do arsenal empregado. Os antigos romanos limitavam-se a salgar os campos dos seus inimigos, para torná-los inférteis. Já as guerras modernas são capazes de produzir mutações genéticas, extinguir espécies, reduzir os estoques pesqueiros ou contaminar os lençóis freáticos de modo irreversível.

O século XX foi pródigo em guerras cujos impactos ambientais se fizeram sentir por muitas décadas. Tome-se o exemplo do agente laranja, herbicida à base de dioxinas e altamente cancerígeno, usado pelos americanos para desfolhar florestas tropicais vietnamitas e, assim, expor os esconderijos dos vietcongues. Há estimativas de que essa prática teria destruído 14% da cobertura vegetal do país, incluindo aí a metade dos mangues.

Há poucos registros sobre os impactos

ambientais da guerra do momento, no Iraque, seja por sigilo militar, seja porque os envolvidos têm outras prioridades. Mas começam a surgir indícios de que o buraco pode ser grande.

Um dos maiores problemas é o bombardeio e o saque de instalações nucleares ou industriais iraquianas. O ataque à indústria galvânica de Al-Qadissiya, perto de Bagdá, onde eram produzidas armas de pequeno porte, deixou como saldo ruínas altamente contaminadas

AS CAMPANHAS MODERNAS SÃO CAPAZES DE GERAR MUTAÇÕES GENÉTICAS E CONTAMINAR A ÁGUA IRREVERSIVELMENTE



com cianeto – cuja descontaminação precisa de um investimento de US\$ 900 mil, os quais serão bancados pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma), que já reservou US\$ 40 milhões para reparar a bagunça no país, mas a conta deve subir.

Esse estado de exceção também ajuda a disseminar a contaminação radioativa. Em 2003, logo após a chegada das tropas dos Estados Unidos, 200 barris de óxido de urânio sumiram da usina nuclear de Tuwaitha, a 45 quilômetros de Bagdá. Ignorando riscos, os saqueadores despejaram o seu conteúdo em rios e no solo, para poderem usar os contêineres para estocar tomates, óleo de cozinha e água. Alguns barris foram usados na distribuição de leite, e encontrados a centenas de quilômetros da usina.

Outra fonte de contaminação por urânio são as balas que o Exército americano utiliza para perfurar tanques de guerra. Feitas com

resíduos de baixa radioatividade, elas são um tema quente na imprensa dos EUA, e a polêmica sobre o seu risco efetivo parece não chegar a qualquer conclusão.

Entretanto, no dia-a-dia, o impacto mais evidente é o da poluição atmosférica ligada à queima de resíduos ou à explosão de bombas. “A fumaça era tanta que tínhamos de manter o rosto coberto o tempo todo”, lembra Zélie Pollon, jornalista franco-americana que passou pouco mais de um mês em Bagdá, no fim de 2003. Lotada numa base de suprimentos dos EUA, ela lembra da incineração intermitente de munições e resíduos.

A poluição produzida nesta campanha ainda está longe de se equiparar à da Guerra do Golfo, em 1991, quando as forças iraquianas destruíram mais de 700 poços de petróleo do Kuwait, derramando 60 milhões de barris no mar. Milhões de metros cúbicos de solo foram contaminados. A limpeza de toda essa sujeira custou mais de US\$ 700 milhões. Mesmo assim, segundo um estudo da organização não governamental Amigos da Terra, da Inglaterra, divulgado há três anos, dois quintos das reservas de água doce do Kuwait estão comprometidos até hoje.

Se a nova guerra no Golfo vai chegar a tais extremos, ninguém sabe. E, aparentemente, ninguém está lá muito interessado. @



No dia-a-dia, o impacto mais evidente é o da poluição atmosférica ligada à queima de resíduos ou à explosão de bombas



última



FOTO: ANIELLA SAPIRE

A seção **ÚLTIMA** é aberta a contribuições dos leitores. Para enviar a sua, contate-nos: redacao@revistaadiante.com.br

Fim de festa na **aldeia**

Na aldeia global reunida em Curitiba para definir as políticas de conservação e uso da biodiversidade, cada “tribo” era classificada em crachás de “indigenous” a “parties” — estas últimas formadas pelas delegações dos países que tomaram as decisões finais. Nos fundos do prédio oficial do evento, 15 tribos brasileiras convidaram índios e não índios a participar de suas danças e rituais. Acendeu-se o fogo sagrado e invocaram-se bons fluidos para que as melhores decisões fossem tomadas. Mas as “parties” não compareceram às festas, e a agenda avançou timidamente. Um dia antes do fim da conferência, os índios levantaram acampamento, o fogo apagou e a aldeia virou estacionamento@