

Geopolítica e sociedade no caminho do etanol brasileiro

Ricardo Abramovay

Apesar de sua eficiência energética, o etanol brasileiro é apenas uma entre inúmeras alternativas para reduzir o efeito estufa e descarbonizar a matriz energética mundial no setor de transportes. O último livro de Lester Brown (Plan B 3.0 Mobilizing to Save Civilization) chega a repudiar os chamados biocombustíveis de primeira geração (etanol e biodiesel) e não hesita em afirmar que a humanidade já possui tecnologias para "reestruturar a economia energética mundial e estabilizar o clima".

Robert Bell em *The Green Bubble Waste into Wealth The New Energy Revolution* (Ed. Scali) mostra, estudando o comportamento do próprio mercado acionário, que os investimentos em energia eólica, solar e fotovoltaica, bem como a rapidez das inovações nos motores dos veículos, não sugerem que o petróleo será simplesmente substituído pelas modalidades hoje conhecidas de energia derivadas da agricultura. A empresa indiana Tara, pertencente ao grupo Bengal Enamel (fabricante de utensílios domésticos) anunciou recentemente, em parceria com a chinesa Aucma (fabricante de geladeiras, freezers e carros elétricos para golfe), a fabricação do Tiny, um automóvel mais barato que o famoso Tata indiano e que deve funcionar com eletricidade, podendo ser carregado com bateria de 220 volts. O avanço representado pela bateria de hidreto metálico de níquel (NIMH, da sigla em inglês) e pelas de lítio-ion indica que alguns dos problemas tecnológicos que se opõem ao uso dos motores elétricos no transporte individual parecem estar a caminho da solução.

Competitividade nos preços e eficiência energética não bastam para que o etanol se afirme como alternativa viável na transição para o fim da era do petróleo

Estas tecnologias ainda não ganharam escala comercial e, portanto, não condenam o esforço brasileiro do setor privado e do governo - de fazer do etanol uma commodity reconhecida internacionalmente. A maior parte das soluções já operacionais tem ainda alguns anos pela frente ninguém sabe quantos para se afirmarem comercialmente. Isso traz uma inegável vantagem ao álcool brasileiro. Só que eficiência energética e competitividade nos preços não bastam para que o etanol de cana-de-açúcar se afirme como alternativa viável na transição para o fim da era do petróleo. Transformar o álcool em commodity supõe duas difíceis conquistas. Uma de natureza geopolítica, a outra de natureza social.

A conquista geopolítica só poderá ser alcançada se outros países, além do Brasil e dos Estados Unidos, adquirirem peso considerável na oferta de etanol. Nenhuma nação a começar pelos EUA - vai aceitar a dependência de um produto totalmente fabricado fora de suas fronteiras. Esta é, aliás, uma das razões que explica a opção aparentemente irracional, por parte dos norte-americanos, de investir no etanol de milho além, é claro, do fato de este setor ser totalmente dominado pelos grandes grupos econômicos do agronegócio, muitos dos quais são investidores no próprio etanol brasileiro. Produzido nos EUA, o milho pode ser igualmente comprado no mercado mundial, o que não acontece com a cana-de-açúcar, que não pode ser armazenada ou exportada in natura. Para que o etanol brasileiro amplie seu espaço na mudança dos padrões energéticos do mundo contemporâneo, é necessário, paradoxalmente, que a oferta se pulverize entre diversos países. Isso não tem nada de trivial, já que o etanol supõe não apenas clima, solo, água e sol, mas também competências, infra-estruturas e mercados que não se improvisam.

O segundo desafio é ainda mais difícil e envolve outro paradoxo. Para se afirmar enquanto commodity, o etanol brasileiro terá que enfrentar a crescente polêmica em torno da viabilidade socioambiental dos biocombustíveis. É imensa a confusão neste debate. O próprio Comissário Especial sobre Direito à Alimentação das Nações Unidas, Jean Ziegler pregador da moratória dos biocombustíveis há alguns meses - separou o álcool brasileiro daquilo que os críticos consideram, para empregar o título de um documento recente da OCDE, "curas piores do que a doença". Mas a verdade é que a afirmação do etanol brasileiro no mercado mundial, enquanto commodity, supõe seu reconhecimento como bem singular, ou seja, seu

rastreamento e sua certificação. Tanto quanto a marca de uma grande empresa, o produto terá que ser legitimado por diversas qualidades imateriais, o que, nem de longe, deriva imediatamente de seus atributos energéticos e econômicos. Deriva, sim, da negociação permanente com um leque cada vez maior de stakeholders interessados nos processos de fabricação do etanol e da capacidade de exprimir este diálogo polêmico nas regras de funcionamento do mercado.

O álcool é commodity, mas ele terá que ser caracterizado por qualidades, por particularidades que revelem seu conteúdo social e ambiental. Isso impõe ao setor privado, ao governo e às organizações voltadas a temas socioambientais desafios que marcam, cada vez mais, a gestão dos mercados. Por um lado, a rastreabilidade amplia a vulnerabilidade do produto já que passam a ser maiores as chances de contestação por parte da sociedade civil em torno de seus processos de fabricação e uso. Ao mesmo tempo, a certificação é o meio para reduzir este risco de reputação e traz vantagens importantes, pois sinaliza tanto aos envolvidos nos processos produtivos como aos investidores (e até às companhias de seguro) visibilidade no funcionamento do setor. Além disso, a certificação baseada em ampla participação social tende a atrair para o sistema empresas inicialmente relutantes quanto a seus efeitos economicamente positivos. Para isso, porém, é fundamental que a certificação não se confunda nem com controle interno de qualidade, nem com a vigilância de entidades representativas do setor. Ela só é efetiva quando levada adiante por terceiros e negociada com um amplo conjunto de atores que vão muito além dos interessados comercialmente nos destinos da empresa e do setor. O livro recente de Michael Conroy (Branded! How the 'Certification Revolution' is Transforming Global Corporations New Society Publishers) é uma importante referência internacional para compreender o processo incipiente, mas tão rico, que vem fazendo de diversas organizações da sociedade civil protagonistas importantes na construção social dos mercados.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 4, 5 e 6 abr. 2008, Opinião, p. A19

A utilização deste artigo é exclusiva para o Valor Econômico