

Conferência do Ethos

Amelia Gonzalez
amelia@oglobo.com.br

O foco foi o encontro que vai acontecer no Rio de Janeiro ano que vem, a Rio+20. E, como este encontro sugere uma discussão ampla com os líderes mundiais sobre economia verde, a Conferência do Instituto Ethos deste ano, menor do que nos anos anteriores (aconteceu nos dias 8 e 9 de agosto), também realizou a maioria dos debates de olho na possibilidade de se discutir uma nova economia, mais inclusiva, cujo setor produtivo se preocupe mais com os impactos que causa no meio ambiente.

O Ethos parte de uma premissa bem otimista, acreditando que "há experimentos em diferentes setores e segmentos da sociedade de diversos países que ainda não configuram economias verdes, mas apontam clara tendência nesse sentido." E se propôs a levantar sugestões para engajar toda a população no propósito de transição para uma forma mais sustentável de economia.

Como banco de fomento, o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) esteve presente num dos painéis de discussão, no primeiro dia da Conferência, para lembrar que na América Latina há 360 milhões de pessoas que ganham menos de US\$ 300 por mês. O que o BID propõe é ajudar empresas a entrarem na famosa base da pirâmide, oferecendo serviços mais ba-

ratos, inclusive microcrédito, a essas pessoas. Seria este o caminho da economia verde?

Ou será que o caminho é outro, em parceria com o governo federal, que acaba de lançar um programa para tirar da miséria os 16,2 milhões de brasileiros que vivem ainda com R\$ 70 mensais? O painel do segundo dia, chamado "Erradicação da Pobreza", levou a ministra do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, Tereza Campello para explicar o Plano Nacional de Erradicação da Miséria:

— Trabalhamos com três eixos principais. Um é a renda, que é o recorte que fazemos para identificar essa população. Outro eixo é a inclusão produtiva. Temos ações diferenciadas para capacitar esses cidadãos nas áreas urbanas e rurais, já que entre os brasileiros extremamente pobres, um em cada quatro habitantes está no campo. E, fi-

nalmente, queremos oferecer serviços públicos para essas pessoas, que são as que mais precisam e que, geralmente, sequer conhecem os seus direitos — disse a ministra.

Jorge Abrahão, presidente do Instituto Ethos, moderador de vários painéis, entre eles o que discutiu a erradicação da miséria, lembrou aos empresários presentes que a participação deles é decisiva na melhoria de vida desta população, complementando as ações do governo federal. Wal Mart, Vale, Suzano e Natura dividiam com o Sebrae e Fundação Banco do Brasil este mesmo fórum. Mas, em vez de surgirem novas idéias para ampliar o debate, os representantes das empresas limitaram-se a apresentar projetos que já estão sendo realizados há tempos, com bons resultados. A plateia se manifestou, algumas pessoas reclamaram contra o que parecia



TASSO AZEVEDO:
"O desafio para a economia de baixo carbono é grande e só é vencido com quebra de paradigmas"

ser apenas propaganda empresarial. Mas o painel seguiu assim, sem discussões e formação de parcerias.

Pensar sobre economia verde exige também, é claro, um olhar atento para o meio ambiente, um dos pilares do tripé da sustentabilidade. No painel sobre Mudanças Climáticas e os impactos na nova economia, a plateia ficou sabendo o tamanho do problema que a humanidade tem hoje nas mãos. Segundo o consultor ambiental e ex-diretor do Serviço Florestal Brasileiro Tasso Azevedo, o mundo emite hoje 50 gigatoneladas de carbono e, para termos chance de chegar ao fim deste século com aumento de temperatura de 2 graus, o que já vai nos causar muitos problemas, teremos que chegar a 2050 emitindo dez gigatoneladas de carbono.

— Se levarmos em conta que hoje somos 7 bilhões de

pessoas no mundo e que em 2050 seremos 9 bilhões, o que vai, no mínimo, dobrar a demanda de energia até 2030, estamos diante de um baita problema. Economia de baixo carbono é isso, o desafio é grande e ele só é vencido com quebra de paradigmas, com mudanças de hábitos, e baixando as emissões nos diversos setores. Hoje somos 4% das emissões globais e precisamos baixar. A indústria brasileira tem que emitir menos, o que precisamos estabelecer é como dividir essa conta entre os diversos setores. Siderurgia é complicado, setor energético é menos. Mas temos que ter esses planos setoriais com trajetórias que olhem para além de 2020.

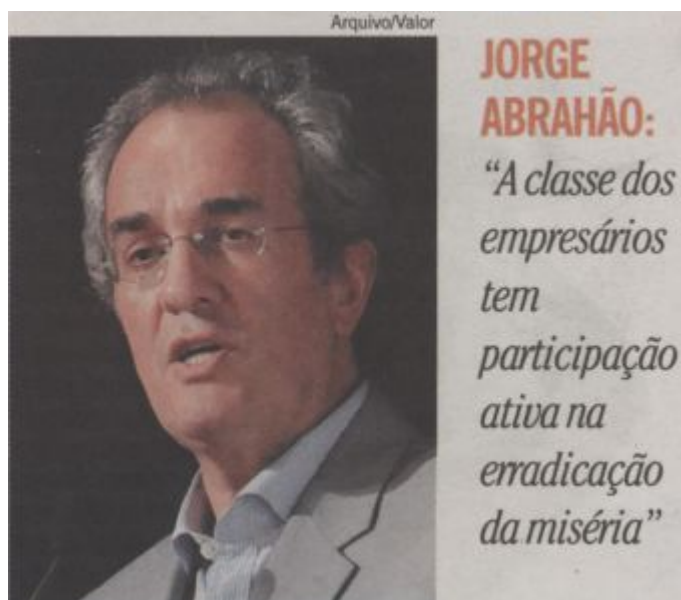
Para o físico Luiz Pinguelli Rosa, que hoje preside o Fórum Brasileiro de Mudanças Climáticas, já existem alguns avanços. A área de agricultura, por exemplo, inicialmente

IZABELA TEIXEIRA:

"Temos três grandes desafios: desmatamento, definição dos planos setoriais e o mercado de carbono"



discute economia verde



resistente a fazer acordos, acabou aderindo, usando métodos menos intensivos em usos de fertilizante. Para ele, o maior problema do país, hoje, é o aumento do consumo da população:

— Eu vivi na época do choque de petróleo na Europa, fui proibido de usar carro e não morri por causa disso. O mundo tem que mudar seu padrão de consumo, isso é real. Cada um está pensando em si mesmo, mas a questão do efeito estufa coloca o problema de forma global. Mas o Brasil está fazendo seu dever de casa — disse ele.

A ministra do meio ambiente, Izabela Teixeira, que também participou do painel, no entanto, acha que ainda temos muitos desafios pela frente. Ela lembrou que, diferentemente do que aconteceu no mundo quando o Rio sediou a primeira Conferência do Meio Ambiente (Rio-92),

hoje as empresas estão muito mais atuantes e precisam ter um papel mais decisivo no caminho da sustentabilidade:

— Temos três grandes desafios: o controle do desmatamento, a definição dos planos setoriais com uma agenda convergente entre as propostas estadual e federal; e o mer-



cado de carbono.

Representando os empresários, Marina Grossi, do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável, lembrou que o Brasil já avançou tanto que hoje tem uma série de iniciativas, como os empregos verdes.

Todas as propostas e discussões geradas durante a Conferência serão sistematizadas e farão parte de um documento que o Ethos encaminhará à equipe que está coordenando as propostas brasileiras para a Rio+20 em novembro:

— Estamos falando de uma conferência de países, na qual as contribuições da sociedade civil, do setor empresarial e de outros atores precisam ser contempladas, e a Plataforma Ethos tem esse papel, de ouvir as partes interessadas — disse Sérgio Mindlin, presidente do Conselho do Instituto Ethos.

Pouca adesão dos consumidores

A notícia não é animadora. Pesquisa feita pelos institutos Akatu e Ethos mostrou que das 800 pessoas entrevistadas nas principais capitais do país, 56% nunca ouviram falar em sustentabilidade, enquanto 19% ouviram falar mas deram uma interpretação errada ao conceito, e só 16% acertaram. O estudo constatou ainda crescimento (de 25% em 2006, ano da última pesquisa, para 37% hoje) do segmento de consumidores mais distante de valores e comportamentos sustentáveis. Uma visão otimista vê na manutenção do percentual de consumidores conscientes em 5% um dado positivo, considerando-se o aumento populacional. Ou seja, 500 mil pessoas a mais aderiram a tais valores.

Há outros dados que aparecem na pesquisa, no entanto, que demonstram que as pessoas não estão mais preocupadas em adotar comportamentos de consumo consciente. Só para dar um exemplo, se em 2006 75% diziam que costumavam fechar a torneira enquanto escova os dentes, hoje esta porcentagem baixou para 71%. E, se em 2006, 72% desligavam os aparelhos eletrônicos quando não os estão usan-

do, hoje este percentual baixou para 62%. Para os pesquisadores, estas variações podem ser, em parte, explicadas pelo crescimento da nova classe média. Ou seja: há mais consumidores entre nós, e estes consumidores ainda não foram cooptados para um comportamento mais consciente.

Por outro lado, o texto de conclusão do estudo, divulgado durante a Conferência do Ethos, assume uma certa culpa pelo fenômeno. A percepção é que a sustentabilidade, a responsabilidade social corporativa e o consumo consciente ainda precisam ser apresentados às pessoas comuns não como conceitos sofisticados, mas “traduzidos em práticas e propostas concretas”.

Pelos resultados, o melhor veículo para fazer esta “apresentação” é a televisão: 57% recorrem a ela para se informar sobre as ações de responsabilidade social praticadas pelas empresas. Quarenta e cinco procuram o próprio site das empresas. E aqui, mais uma informação importante: apenas 3% descobrem o que querem procurando os relatórios de sustentabilidade das corporações. Sem dúvida, o estudo merece reflexão.