

Pagar por serviços ambientais vai mudar a forma de negociar' (Entrevista Michael Jenkins - Forest Trends e no Grupo Katoomba)

05/10/2006 - O Estado de S. Paulo

Quinta-feira, 5 outubro de 2006

Vida&

Especialista americano diz que o carbono vai se tornar uma das maiores commodities do mundo, como o petróleo

Cristina Amorim

Há 30 anos, o ambientalista americano Michael Jenkins começou a lutar pela conservação da natureza. Nos últimos oito anos, calcula quantos dólares a floresta, a água e o ar custam, na ONG Forest Trends e no Grupo Katoomba, que promove uma reunião no Brasil nesta semana. Jenkins não mudou de lado. Ele faz parte de um grupo de especialistas que pensa alternativas para impulsionar o pagamento por serviços ambientais: o que o homem sempre usou e degradou de graça passa a ter um preço, justamente pela ameaça de escassez. O objetivo é o mesmo: conservar o que existe, para que o homem viva e se desenvolva. O modelo é que mudou.

O que são serviços ambientais?

O conceito parte do princípio de que a floresta ou outros sistemas naturais, como regiões alagadas, fornecem para a humanidade serviços como o sequestro de carbono, que combate a mudança climática, protege lençóis d'água e conserva a biodiversidade. É diferente de produtos que vêm da floresta, como madeira e castanha.

Como os serviços ambientais integram um mercado?

Os serviços estão se tornando cada dia mais raros. Há uma crise por perto por causa das mudanças climáticas provocadas pela emissão do carbono na atmosfera. Então o mercado destes serviços naturais é movido pela crise ambiental que vivemos. É preciso pagar para conservá-los.

Como o mercado funciona?

Cada serviço funciona de uma forma diferente. O de carbono, o mais avançado, é atrelado ao Protocolo de Kyoto, acordo global formado para reduzir as emissões de gases do efeito estufa. Uma vez que as empresas precisam reduzir suas emissões, e elas não têm a tecnologia ou é muito caro, elas podem comercializar com quem tenha conseguido reduzir suas emissões.

Além do carbono, você pode me dar outro exemplo?

Nos Estados Unidos, há o mercado de mitigação de danos a regiões alagadas, cujo modelo é bastante interessante. Qualquer empresa que deseje crescer nestas áreas, como a Wal-Mart ou outra grande companhia, tem de mitigar os danos àquele ecossistema: reduzir, minimizar e até evitar o impacto. Há tanta pressão que os empresários precisam fazer estas trocas. Aí foram criados 'bancos' que não são prédios com dinheiro dentro, mas pessoas que guardam, mantêm ou melhoram as regiões alagadas. Elas têm crédito que é vendido a empresas. E toda empresa que deseje se instalar em uma região alagada precisa adquirir este crédito.

Quem regula este mecanismo?

Nos Estados Unidos, agências federais como a de proteção ambiental (EPA). A maioria dos sistemas hoje é baseada em regulamentações. Lá temos leis para proteção do ar, água, biodiversidade, que se tornam a base do mercado de serviços ambientais, que por sua vez são a maneira mais eficiente de se alcançar o resultado que procuramos. Em vez de o governo dizer 'ok, todo mundo pare de poluir', cria-se uma estrutura regulatória sobre a qual esses mercados podem operar.

Essa estrutura regulatória é essencial para levantar o mercado?

Sim, mas não o tempo inteiro. Ela se aplica mais aos mercados de larga escala. Há outros, como o FSC (um tipo de 'selo verde' para madeira). Ele se encontra sem regulamentação por qualquer governo, e mesmo assim as pessoas se preocupam, compram e pedem que a madeira venha de uma fonte sustentável. É um mercado voluntário.

Como isso funcionaria em países em desenvolvimento, como o Brasil, que muitas vezes não têm marcos regulatórios formados?

Acho que o Brasil tem capacidade e vontade de formar tal regulamentação. Há, por exemplo, o debate sobre a criação de uma política de pagamento pelo uso do ecossistema em São Paulo. Há consciência entre cidadãos e políticos. E todos sentem que não ter acesso à água, por exemplo, é ruim para os negócios.

Mas o investimento hoje em serviços ambientais no Brasil ainda é pequeno se comparado ao feito na agropecuária, por exemplo.

Temos algumas pessoas aqui, inclusive representantes de governo, que já falam de economia da conservação. Há produtores de soja e pecuaristas que reconhecem que os negócios dependem de sua habilidade de conservar o ambiente e demonstrar isso, pois o comprador se torna exigente. Os produtos que chegam à Europa e aos Estados Unidos, seja soja, carne, madeira ou óleo da Ásia, precisam vir de fontes sustentáveis. A pressão é que vai mudar este quadro e de forma bastante dramática.

Às vezes parece que os serviços ambientais são formados por projetos pequenos, sem atingir mercados globais realmente lucrativos.

Há oito anos, quando lançamos o Forest Trends, poucas pessoas entendiam o conceito e diziam que não havia mercado. O mercado de carbono apenas funcionou para valer há um ano e meio, quando Kyoto começou a operar e a União Européia lançou seu próprio sistema. No primeiro ano, houve US\$ 11,5 bilhões negociados. No segundo ano, projetamos US\$ 30 bilhões. O carbono vai se tornar, na próxima década ou depois, a maior commodity do mundo. Há pessoas de bancos como a ABN Amro que olham desta maneira. Isso não é pequeno.

Normalmente os debates sobre conservação são cheios de paixão e coloca-se a natureza como intocável. O que mudou?

Sou ambientalista e tenho todos esses sentimentos sobre a natureza também. Há coisas sensacionais às quais não queremos dar um preço. Mas a realidade é que nunca vamos parar a perda do mundo natural sem precificá-lo. Há uma premissa de que é preciso estabelecer um valor para competir com a soja, a construção de estacionamentos e todas as coisas que ameaçam os sistemas naturais. Se apenas dissermos que é preciso guardar porque é bonito, veremos ainda nesta geração o fim das florestas.

Como discutir o valor da natureza sem extremos, sem mantê-la intocada e tampouco sem destruí-la totalmente?

Trabalho com isso há 30 anos, amo as árvores, amo a floresta, mas percebi que tudo o que fazíamos com toda a bondade do nosso coração, como apoiar um projeto de conservação, era uma batalha perdida em todos os sentidos. Esses valores não vão mudar a maré. Mas muitas pessoas reconhecem a necessidade de mudança, e ela está acontecendo. E terá um efeito tremendo na maneira de as pessoas fazerem negócios. Será baseado em quão caro é destruir o sistema natural. O debate não será mais 'precisamos salvar o mundo'. Esse será nosso sistema financeiro.