

CAMINHO DO MEIO

texto LIANA JOHN

Ser carbono neutro é *fashion*

ONGs com capacidade de produzir mudas e monitorar plantios multiplicam seus programas de compensação de emissões dos gases-estufa

O que começou com algumas iniciativas tímidas, no fim de 2006 e início de 2007, agora se tornou moda: fazer neutralização de carbono é o hit da estação. Empresas, produtores de eventos, governos municipais e mesmo indivíduos, isoladamente, estão multiplicando as iniciativas de compensação das emissões de carbono em progressão geométrica. Desde fevereiro, quando foi divulgado o relatório do Painel Inter-

governamental de Mudanças Climáticas (IPCC, na sigla em inglês) cresceu a preocupação com o assunto e também, felizmente, aumentou a vontade de tomar alguma providência. Como o mercado oficial de carbono é complexo e restrito, a alternativa informal conquistou as atenções. Afinal, para a atmosfera não faz muita diferença se o plantio de árvores é carimbado, se entrou na bolsa internacional de créditos de carbono, se tem chancela da ONU, ou não. Qualquer tipo de árvore em crescimento retira carbono da atmosfera.

Para neutralizar carbono é relativamente fácil: primeiro se calcula as próprias emissões, sejam elas resultantes da queima de combustíveis fósseis — no transporte terrestre, aéreo, marítimo ou fluvial — sejam provenientes de processos produtivos, sobretudo nos setores com alta demanda de energia elétrica. Feita a primeira conta, calcula-se em seguida quantas árvores devem ser plantadas anualmente para compensar as emissões. E então se firma a parceria

com alguma organização não-governamental (ONG) com estrutura para plantar e cuidar das mudas plantadas. Enquanto as árvores crescerem, elas retiram carbono da atmosfera através do processo de fotossíntese.

Na Fundação SOS Mata Atlântica, o projeto Florestas do Futuro tem recebido uma injeção crescente de recursos graças à onda do carbono neutro. Conforme conta Adauto Tadeu Basillo, diretor da ONG, na 'carteira' de parceiros constam desde concessionárias de veículos, como a Sandrecar e o Primo Rossi, em São Paulo; a empresas, como Schincariol, e produtores dos mais variados eventos, como a São Paulo Fashion Week, o Carnaval e diversas feiras de negócios.

Mesmo empresas de grande porte — como a indústria de cosméticos Natura — embarcaram no carbono neutro, embora, nesse caso, a opção não seja uma simples compensação. Em abril, a Natura anunciou a redução de emissões de carbono em seus processos industriais, induzindo seus fornecedores a plantarem ou manejarem oleaginosas. O objetivo, conforme o vice-presidente de Inovação da empresa, Eduardo Luppi, é 'vegetalizar' os produtos da Natura, ou seja, substituir o óleo mineral (derivado de petróleo) por óleos vegetais. Assim, em lugar de promover um plantio independente de seus processos industriais, a Natura incorpora a neutralização ao processo em si. Outros derivados de petróleo também estão na mira da empresa, caso das embalagens plásticas. Nas linhas de produtos em que for possível, o plástico comum será substituído por plástico biodegradável, fabricado a partir de cana-de-açúcar.

Meia dúzia de árvores não fazem diferença sozinhas, mas se a moda veio para ficar e se as adesões continuarem nesse ritmo, em breve poderemos respirar um pouquinho mais aliviados.

