

“Salve o Planeta” e fique também milionário

Categories : [Germano Woehl Junior](#)

O título deste artigo é o tema do novo vídeo “História do CAP & TRADE” lançado pela ONG norte-americana que produziu “A história das coisas”, que critica o mercado de carbono, citando o exemplo da Indonésia onde estão devastando as florestas tropicais, riquíssimas em biodiversidade, para plantar árvores e gerar créditos para o mercado de carbono.

Quando li um artigo com o alerta de que o mercado de carbono representava uma ameaça aos ecossistemas, não levei a sério. Não acreditava que o ser humano pudesse ser tão perverso. Porém, mudei de ideia quando fui procurado por uma dessas empresas que neutralizam carbono que fez proposta de parceria na prospecção de áreas para plantar árvores. Eu expliquei que o desmatamento na Mata Atlântica é intenso, que está muito difícil salvar as matas preservadas que restam e todo o esforço deveria ser empreendido para salvá-las. A resposta, muito sincera, deles para aliviar minha angústia foi decepcionante: “Não se preocupe! Deixe que os proprietários desmatem estas matas de árvores velhas que não servem para nada, não sequestram carbono, e plante árvores novas que vão ajudar o Planeta a combater o aquecimento global e gerar renda para os proprietários”.

Esta é a lógica por trás de qualquer campanha para “ajudar” a natureza, que vão de reciclagem até a milionária indústria da “restauração” de matas ciliares e corredores ecológicos. Ignora-se a realidade do ritmo alucinante de desmatamento na mesma região onde estes milionários projetos de restauração são implantados.

Centenas de quilômetros de matas ciliares são destruídas todos os dias sem que ninguém se importe porque o combate à devastação não dá dinheiro, não gera renda para as comunidades, só encrenca para o doido que se preocupar com estas “bobagens” de perda de biodiversidade, manutenção da integridade de ecossistemas etc. Recursos para a fiscalização do IBAMA combater a devastação não tem, mas para a milionária indústria da “restauração” está sobrando. Quanto mais devastação, mais dinheiro se ganha.

No ano passado o BNDES deu R\$ 2,5 milhões (dinheiro público) para um projeto de implantação de um bosque de 50 hectares em Minas Gerais, um estado que desmata mais de 12.000 hectares por ano de Mata Atlântica, puxados pelo desenvolvimento que o próprio BNDES incentiva financeiramente. Na propaganda, o BNDES ilude a sociedade, passando a ideia de que um bosque de árvores plantadas compensa a destruição um ecossistema tropical de Mata Atlântica com milhares de espécies de plantas e animais para fornecer carvão para as siderurgias. Do ponto de vista educativo, com esta proposta de plantar um bosque para supostamente compensar a devastação, dá um péssimo exemplo para as pessoas ao minimizar a gravidade que é destruir um

ecossistema e aniquilar toda sua biodiversidade.

A fonte destes recursos para satisfazer o ego e alimentar a ignorância de poucos com a implantação de bosques e sustentar a milionária indústria da restauração é uma só: o bolso do contribuinte. Não seria mais racional primeiro deter a devastação da Mata Atlântica destinando estes recursos milionários à fiscalização do IBAMA? O órgão está à míngua, com salários defasados que tira a motivação dos funcionários e sem estrutura adequada de pessoal e equipamentos.

O mais bizarro de todos os exemplos da moda de salvar o planeta e ganhar dinheiro é uma campanha de internet chamada de Pacto pela Restauração da Mata Atlântica. Com este ritmo de devastação da Mata Atlântica alucinante, totalmente fora de controle, não seria mais óbvio um pacto para salvar o que resta? Qualquer fragmento de mata está sendo atacado impiedosamente. Constatei isso até aqui, em São José dos Campos (SP), quando visitei recentemente quase todos os fragmentos de Mata Atlântica nos arredores da área urbana, o que não foi difícil porque são apenas alguns. Em todos eles, constatei que estão sendo destruídos aos poucos com supressão paulatina das árvores maiores e o sub-bosque destruído com o uso frequente de roçadeiras.

Dias atrás, os idealizadores do pacto divulgaram uma nota à imprensa bastante curiosa e suspeita. Segundo eles, já tinham restaurando 20 mil hectares nos primeiros dois anos do “projeto”. Restauração em dois anos? Como é possível restaurar a Mata Atlântica em dois anos, se na situação mais favorável de uma área adjacente a uma mata preservada leva mais de 150 anos para se regenerar? A propaganda era mais enganosa do que se imaginava.

Não se tratava do total de áreas com reflorestamentos de mudas para formar bosques – e denominar erroneamente de Mata Atlântica –, que na maioria destes projetos de plantio de árvores nem um bosque se forma. As mudas são plantadas para ganhar dinheiro e abandonadas depois, permitindo, por exemplo, que o capim braquiária colonize novamente a área e sufoque tudo o que tenta crescer ali, conforme mostra a imagem abaixo, que é de um projeto caro de “restauração da Mata Atlântica”.

É inacreditável, mas o número divulgado tratava-se de adesões com cliques no site, manifestando intenções, promessas. A meta de 15 milhões de hectares até o ano de 2050 será tranquilamente atingida, porque duas semanas após anunciar que atingiram 20 mil hectares, o número dobrou. Neste ritmo em poucos meses eles deverão atingir os 15 milhões. Para efeito de marketing este truque proporcionado pela internet funciona.

A facilidade da internet permite números impressionantes de adesões em qualquer tipo de campanha, mas acabam causando grandes frustrações quando se tenta converter este poderoso capital virtual de adesões para o mundo real. Um exemplo recente foi o caso a mamãe que amamentava seu bebê em uma exposição de artes no Itaú Cultural e foi repreendida pela funcionária da instituição, de forma muito desumana. Através do Facebook ela convocou outras

mães para um protesto contra o Itaú Cultural, conquistando 50 mil adesões de mães que confirmaram ir ao protesto em frente ao edifício da instituição. Mas só compareceram 30 mães, todas do seu círculo de amigas e parentas (fora da rede social virtual).

A falta de seriedade neste tipo de proposta do “pacto” é muito fácil de ser percebida, assim como seus propósitos de servirem como marketing verde (enganoso). Dizem na propaganda que o pacto é formado por organizações “que estão trabalhando efetivamente para recuperar um dos biomas mais importantes e ameaçados do planeta”,. No entanto, uma destas adesões é a maior empresa do setor florestal (papel e celulose) que está cobrindo a serra da Mantiqueira com eucaliptos, a ponto de a [Defensoria Pública do Estado de São Paulo propor ações, bem sucedidas, na justiça para impedir a expansão.](#) A empresa está prospectando desesperadamente áreas baratas para plantar eucalipto devido às exportações de pasta de celulose para a China que não param de crescer e, desta forma, exerce uma pressão muito forte sobre os remanescentes de Mata Atlântica.

As propriedades rurais abandonadas devido à ascensão social dos herdeiros, que hoje vivem nas cidades, permitiram que a Mata Atlântica regenerasse espontaneamente. São áreas de mata secundária, mas que abrigam uma fabulosa biodiversidade refugiada nestas poucas áreas. A empresa do “pacto” mira justamente nestas propriedades para arrendamento ou parceria para plantar eucalipto. Estes proprietários, geralmente bem sucedidos economicamente nas cidades, que já consideravam a possibilidade de deixar a propriedade para a natureza, não resistem às propostas tentadoras de arrendamento. Se incluíssem estas áreas que estão sendo destruídas para plantar eucalipto, os números do pacto da restauração ficariam negativos e déficit aumentaria todos os dias.

O tema meio ambiente é bastante amplo e a moda verde criou uma infinidade de oportunidades de ganhar dinheiro explorando a ignorância das pessoas como o chamado marketing verde. A reciclagem, uma atividade econômica que sempre existiu, nos últimos anos virou apelo do marketing verde para justificar a exploração de mão de obra infantil e de pessoas que vivem abaixo da linha de pobreza. Quem está na ponta final do comércio de recicláveis consegue ficar rico facilmente.

O Banco Itaú tem um programa para financiar projetos sociais, que se chamava FIES (Fundo Itaú Excelência Social) e agora, dentro de uma estratégia de marketing, mudou de nome para Itaú Unicef. Então, os marqueteiros do Itaú, atentos a onda do marketing verde, resolveram denominar indevidamente de educação ambiental os projetos sociais que envolvessem algum tipo de exploração de mão de obra infantil para gerar renda para alguém com catação de lixo (materiais recicláveis). Manusear lixo é atividade econômica de alta periculosidade para as crianças, porque pode estar contaminado com a bactéria da leptospirose, vírus da hepatite etc.

Imagine que perspectiva do futuro tem estas crianças participantes do projeto ao lhes ser ensinado que podem ganhar dinheiro catando lixo, vivendo das sobras das classes mais abastadas. Os

marqueteiros do Banco Itaú não querem que as crianças brasileiras pobres estudem a ascender socialmente. Patrocinam projetos que condicione as crianças e adolescentes a permanecerem pobres para o resto da vida e tirarem o sustento daquilo que as pessoas jogam fora. A escola é o único caminho para a igualdade social e, pelo jeito, os marqueteiros do Itaú ignoram isto e empurram o Brasil para o terceiro mundo.

Nas regiões pobres do Brasil há centenas de crianças que poderão ser grandes cientistas, engenheiros, médicos, professores, marqueteiros com valores éticos, administradores etc. Mas para que isto aconteça é necessário incentivar o ensino de ciências e de outras disciplinas o que pode ser feito através de uma educação ambiental séria, estimulando o contato com a natureza, o conhecimento da biodiversidade e dos ecossistemas brasileiros, ambientes que os estudantes não valorizam e não se importam com sua destruição porque não conhecem. Construir uma sociedade melhor não é incentivar a exploração de crianças na coleta de lixo para adultos ganharem dinheiro.

As fontes de energia alternativas, como painéis para energia solar, cuja fabricação é extremamente cara e causa gravíssimos impactos ao meio ambiente, são também exploradas pelo marketing verde e estão deixando muitas pessoas ricas. O mesmo ocorre com os [parques eólicos que estão devastando ecossistemas raros e frágeis](#) e são vendidos erroneamente como “energia limpa”.

Com estes tipos de ajuda, o Planeta está pedindo socorro: “Parem de me ajudar, pelo Amor de Deus”.