

Sinais mistos põem em xeque a recuperação da economia

Nos últimos dias uma onda de revisão de estimativas para a economia agitou o mercado financeiro. A previsão para o Produto Interno Bruto (PIB) subiu após a divulgação do Índice de Atividade Econômica do Banco Central (IBC-Br) de fevereiro bem acima do esperado.

Considerado uma prévia do PIB, o IBC-Br subiu, animado pela agropecuária e pelos serviços. Os dados do mercado de trabalho mostraram também uma resistência inesperada e aumento da renda dos assalariados. Mas a indústria e o varejo têm ficado para trás.

O IBC-Br de fevereiro subiu 3,32% acima do patamar de janeiro, superando em até três vezes a mediana das projeções. Foi o maior avanço em um mês desde o registrado em junho de 2020, após a freada brusca causada pela pandemia, e o maior patamar desde março de 2014. Em 12 meses, o IBC-Br passou a acumular alta de 3,08%. Com isso, a previsão para o PIB deste ano, que estava abaixo de 1% na pesquisa Focus realizada pelo Banco Central junto ao mercado, passou a ser reajustada, chegando perto de 2% para alguns especialistas. De toda forma ficaria abaixo de 2022, quando aumentou 2,7%, e mais em linha com o patamar medíocre dos

anos anteriores à pandemia, na hesitante saída da recessão de 2015 e 2016.

O início do ano melhor do que o esperado surpreendeu economistas, especialmente porque os juros seguem elevados. Mas o desempenho dos diversos setores não tem sido homogêneo. O avanço está sendo liderado pela agropecuária e pelos serviços, que ignoraram o tenso debate sobre ajuste fiscal e os rumos da política monetária que vem marcando os últimos meses.

A perspectiva é que a agropecuária, muito influenciada pelo cenário internacional, vai crescer ao redor de 7% neste ano, depois de ter recuado 1,7% no ano passado, prejudicada pelo clima adverso e pela crise com a escassez de fertilizantes causada pela invasão da Ucrânia pela Rússia. A safra de grãos reagiu neste ano e deve crescer 14%, segundo a Conab, para 310,6 milhões de toneladas, sendo 155 milhões de soja, uma marca recorde, com aumento de 20%, e poderoso efeito desinflacionário, apontam especialistas.

O faturamento do setor de serviços teve aumento de 1,1% em fevereiro. Não compensou a queda de 3% de janeiro e mostra uma certa desaceleração em comparação com meses anteriores, mas revela uma

disseminação da recuperação, registrada em três dos cinco setores acompanhados pelo IBGE, com destaque para dois — transportes, armazenagem e correios e informação e comunicação. Serviços prestados às famílias recuaram e ainda estão abaixo do nível pré-pandemia.

Já o varejo e a indústria não tiveram um bom fevereiro e se mostraram mais sensíveis aos juros elevados. Depois de terem crescido apenas 0,2% em janeiro, as vendas do varejo caíram 0,1% em fevereiro na comparação com o mês anterior. As vendas do varejo ampliado, que inclui material de construção, veículos e atacado alimentício, porém, subiram 1,7% em fevereiro.

Desempenho pior teve a indústria, que registrou em fevereiro a terceira queda mensal consecutiva, com recuo de 0,2% da produção em relação a janeiro, que está 2,6% abaixo da pré-pandemia, de fevereiro de 2020. As previsões para o ano são de que o setor ficará estagnado, apesar do esperado crescimento da indústria extrativa mineral, que será ofuscado pela contração da indústria de transformação. A conjuntura de política monetária apertada e crédito caro é desfavorável ao setor. O Estado de São Paulo, geralmente a locomotiva do setor industrial, recuou 0,7% em fevereiro para um patamar 25% abaixo do seu pico, registrado há 22 anos, segundo o IBGE.

Mesmo com o aumento da taxa de desemprego para 8,8% no primeiro trimestre de 2023 em comparação com os 7,9% registrados no quarto trimestre móvel de 2022, constatado pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad Contínua) do IBGE, houve aumento de 0,7% na renda média dos trabalhadores no período, na comparação com os três meses anteriores.

Os estímulos fiscais do ano passado ainda surtiram efeito ao longo desse tempo. O novo governo promete mais, o que deve ajudar a economia. O aumento do salário mínimo a partir deste mês vai resultar em uma injeção de R\$ 9,5 bilhões. A ampliação da faixa de isenção do Imposto de Renda (IR) vai liberar mais R\$ 3,4 bilhões para o consumo nesta primeira etapa.

Mas os sinais contraditórios na economia desautorizam maiores entusiasmos. A indicação de cautela é reforçada pelas incertezas em relação à aprovação do novo regime fiscal e aos rumos da política monetária.

GRUPO GLOBO

Conselho de Administração
Presidente: João Roberto Marinho

Vice-presidentes:
João Roberto Marinho e Roberto Lourenço Marinho

Valor
é uma publicação da Editora Globo S/A

Diretor Gerente: Frederico Zingales Karbar

Editora de Redação: Maria Fernanda Delmas
Principais editores de Globo: <http://globo.com.br>

Editor executivo de Opinião José Roberto Campos (jrcampos@valor.com.br)	Editor de S.A. Nelson Nery (nery@valor.com.br)	Júlio César Rosa (jrcrosa@valor.com.br)
Editor executivo Cidreine Vieira (cidreine@valor.com.br)	Editor de Carreira Sélio Campos (selio@valor.com.br)	Luís Alar (TTS) (alar@valor.com.br)
Editor de Cultura Hilton Haddad (haddad@valor.com.br)	Editor de Legislação & Tributos Artur Carlos Rosa (artur@valor.com.br)	Marcos de Menezes e Souza (marcosm@valor.com.br)
Editor de Política e Internacional Fernando Godoy (fernandog@valor.com.br)	Editor de Arte/Fotografia Sélio Botelho Neto (neto@valor.com.br)	Maria Cristina Fernandes (mcf@valor.com.br)
Editor de Negócios Célia Resende Costa (resende@valor.com.br)	Editor de Valor Online Paula Carter (paula@valor.com.br)	Mário Zilber (zilber@valor.com.br)
Editor de Tecnologia Sergio Matta (matta@valor.com.br)	Editor de Valor PRO Roberta Costa (roberta@valor.com.br)	Mônica Scaramatta (scaramatta@valor.com.br)
Editor de Indústria e Infraestrutura Ivo Ribeiro (ivo@valor.com.br)	Coordenador Valor Data William Viçoso (viçoso@valor.com.br)	Correspondente Internacional Aron Moreira (Genebra) (aronm@valor.com.br)
Editor de Agronegócio Andréa Cruz (andrea@valor.com.br)	Editora de Projetos Especiais Célia Resende Costa (resende@valor.com.br)	Correspondentes nacionais Cibele Biazoli (São Francisco) (biazoli@valor.com.br)
Editor de Finanças Tatiana Moreira (tatiana@valor.com.br)	Editora de Opinião Cidreine Vieira (cidreine@valor.com.br)	Mariana Falcão (Rio de Janeiro) (marianaf@valor.com.br)

Valor PRO / Diretor de Negócios Digitais: Tarciso J. Barcellos, Jr. (barcellos@valor.com.br)
Para assinar o serviço em tempo real Valor PRO: www.valor.com.br/valorpro

Editora Editorial de Marcas e Projetos Especiais: Sandra e Cibele (sandra@valor.com.br)

Filippo de Vito (Instituto Verificador de Contabilidade) e ANU (Associação Nacional de História)
Valor Econômico: Av. João de Deus, 5239 - Jd. Paulista - CEP 04307-907 - São Paulo - SP. Telefone: 011 3767 2000

Departamentos de Publicidade Impressa e Online:
SP: Telefone 011 3767 2005 RJ: 011 21 2521 1414 DF: 061 61 3727 3333

Legal SP: 011 3767 1223

Redação: 011 3767 2000 **Endereço eletrônico:** www.valor.com.br

Sucursal de Brasília: SCN Quadra 05 Bloco A-50 - Brasília Shopping - Torre Sif - sala 301 - 2º andar - Asa Norte - Brasília/DF - CEP 70215-900

Sucursal de Rio de Janeiro: Rua Marques de Portugal, 25 - Nova 2 - Bairro: Glória Nova - Rio de Janeiro/RJ - CEP 20230-940

Publicidade - Outros Estados:
MACEIÓ/AL: Rua Helys Nunes Costa
Cidade: Corumbá - Al. Ruy
Telefone: 081 3622-2225
MACEIÓ - SP Propaganda
Telefone: 011 2264-6463/0264-5443

PR - SEC - Soluções Estratégicas em Comunicação:
Telefone: 011 3767 3337

RS - SEM Representações:
Telefone: 051 3767 3337/3363

SC - Marconi & Conde Assessoria:
Telefone: 041 3622-6667
3333-8888

Para contratação de publicidade e atendimento ao assinante, entre em contato pelos canais:
Call center: 0800 70 8888, WhatsApp e Telegram: (21) 4002 5300. Partida do assinante: partida@valor.com.br. Para assessoria em conteúdo e-mail: corpo@valor.com.br

Atenção: o assinante que quiser a suspensão do envio de seu jornal deve entrar em contato com o central de atendimento com 48 horas de antecedência.

Preço de nova assinatura anual impressa + digital por um regular: R\$ 148,00 ou R\$ 134,90 mensais. Demais localidades, consultar o Atendimento ao Assinante. Tel.: 0800 70 8888. Carta assinada aprovada: 365%

Senado tem de corrigir erros de MP, aprovada pela Câmara, que amplia a lei de 2006. Por Márcio Santilli

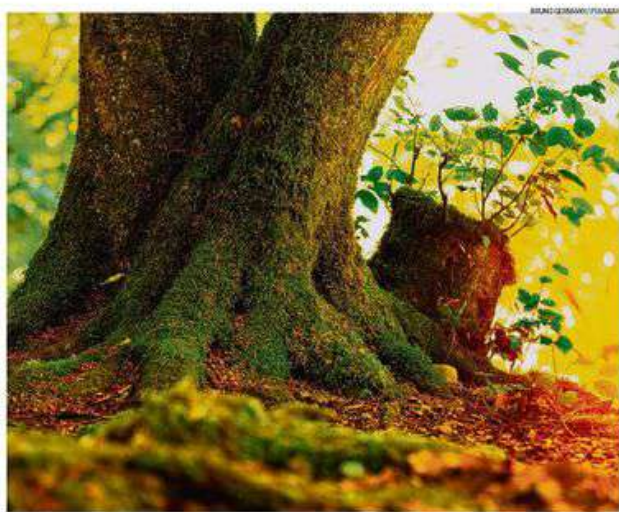
Concessões florestais, novo mercado de carbono fake?

Em 30 de março, o plenário da Câmara aprovou a Medida Provisória (MP) 1.151/2022, que pretende alterar a Lei de Concessões Florestais, de 2006, para ampliar as atividades que podem ser concedidas em florestas públicas. Pelo texto, além da madeira, a concessão pode abranger o manejo de espécies animais, a pesca e o patrimônio genético, por exemplo. Agora, o Senado tem a oportunidade de corrigir equívocos do texto.

Os defensores da MP alegam que a lei precisa ser alterada porque o manejo sustentável e legal de madeira é inviável economicamente frente à concorrência da extração ilegal e predatória. Mantido o status quo atual, um dos objetivos originais da lei, que é impedir o desmatamento ilegal, deixa de ser cumprido. O problema seria resolvido com a ampliação das atividades passíveis de concessão.

Uma primeira questão são os possíveis impactos sobre as populações tradicionais. Por exemplo, uma concessão de manejo pesqueiro pode afetar a disponibilidade de peixes numa região. Quando houver sobreposição e conflito de usos e de interesses sobre as mesmas áreas, as concessões podem ameaçar a subsistência e a qualidade de vida dessas comunidades. Registre-se que o uso que elas fazem dos recursos naturais é mais compatível com a conservação dos estoques de carbono do que o manejo florestal convencional.

Há ainda várias dúvidas se a MP traria mais dificuldades para o reconhecimento oficial dos territórios tradicionais. Seria de se esperar uma regulamentação que estabeleça a titularidade dos



vários atores que vivem e manejam florestas, e não apenas para empresas concessionárias.

É imperativo, portanto, que a nova lei seja acompanhada de salvaguardas adequadas para a proteção dos direitos dessas populações. Já falamos sobre alguns riscos do mercado de carbono para elas em artigo publicado aqui no Valor.

A geração e comercialização de créditos de carbono, principal pleito das concessionárias, também foi incluída no rol de novas atividades que poderiam ser alvo das concessões.

Empresas, instituições ou pessoas podem compensar as emissões

de gases de efeito estufa, resultantes de empreendimentos e atividades econômicas, pela aquisição de créditos de carbono gerados por projetos de redução dessas emissões ou da captura de carbono da atmosfera. Exemplos são o reflorestamento ou o controle dos poluentes de uma indústria.

A permissão generalizada para geração desses créditos por concessão florestal, sem a necessária comprovação de sua contribuição para o combate às mudanças climáticas, será um tiro no pé não apenas para as concessionárias, mas para o próprio mercado de carbono — que o Brasil ainda pretende regula-

mentar e consolidar.

Enquanto a restauração florestal de áreas degradadas promove o sequestro de carbono de forma evidente e mensurável, em geral isso não acontece no caso das concessões para a extração de madeira. Comumente, a retirada de madeiras mais nobres requer décadas para a regeneração da área explorada. Até que se complete o ciclo, o que ocorre é a redução do estoque de madeira por meio da continuidade da extração. Concretamente, haverá emissões de gases de efeito estufa até que, se der tempo certo, ocorra a reposição do estoque. Não há adicional-

mente quanto ao sequestro de carbono, ou seja, não ocorre redução efetiva de emissões.

Quem define as regras para um crédito de carbono seja gerado e comercializado não é quem acha que tem direito a esse crédito. A transação não se dá por auto declaração e nem na presunção da boa-fé dos envolvidos.

As metodologias usadas em determinado projeto para calcular se existe e qual seria o efeito da redução de emissões ou remoção de carbono da atmosfera precisam ser validadas após análises técnico-científicas e jurídicas. Se uma metodologia é aprovada, um projeto que pretende aplicá-la precisa ser avaliado por entidade independente credenciada para certificar que esses resultados foram alcançados e, nesse caso, só aí são gerados créditos. Os projetos também precisam ser auditados ao longo do tempo para avaliar se estão cumprindo com os objetivos climáticos. Além disso, a certificação desses projetos deve avaliar se eles atendem a salvaguardas socioambientais, muito além do carbono.

Ocorre que, hoje, a contabilidade das empresas de consultoria de comercialização de créditos de carbono por floresta nativa é por lá de dúvidas. Em janeiro, uma investigação dos jornais The Guardian e Die Zeit e da agência SourceMaterial mostrou que mais de 90% dos créditos de carbono florestal de parte importante do portfólio da principal certificadora do mundo não significavam reduções de emissões. A empresa está revendo seus projetos e metodologias.

O mercado de carbono vive um boom especulativo desde a Conferência da ONU sobre clima realizada em 2021 em Glasgow,

Esócia, quando avançou a regulamentação do Artigo 6 do Acordo de Paris. O dispositivo trata dos mecanismos de cooperação entre países para implementar esse mercado. Ele estabelece dois mecanismos: um prevê transferências de resultados da redução de emissões entre países; o outro permite que empresas desenvolvam iniciativas de redução de emissões ou remoção de carbono para gerar créditos de carbono comercializáveis com outras empresas ou com governos de outros países.

Contudo, as discussões sobre os créditos relacionados a desmatamento evitado ainda são embrionárias. Por ora, as negociações da ONU não definiriam se florestas nativas fariam parte de nenhum desses mecanismos.

A proposta de uma nova lei que poderia pretensamente inundar o mercado com créditos de carbono no Brasil, sem credibilidade, tem potencial para levar o próprio mercado à bancarrota. As propostas para regular o tema em âmbito nacional podem estar com sentença de morte antes mesmo de sua aprovação.

Se houver compradores para tanto crédito sem lastro, eles os comprarão apenas para marketing ambiental enganoso (greenwashing). Nenhuma empresa ou governo que tem de compensar emissões para cumprir uma obrigação legal vai comprar crédito não certificado e sem credibilidade.

Márcio Santilli é doutor, sócio-fundador do Instituto Sociambiental (ISA). Autor do livro *Subvertendo a greenwash* e outras crônicas socioambientais. Foi deputado federal pelo PMDB (1981-1987) e presidente da Funei de 1995 a 1996.