



Castanhal em Xapuri, no Acre: lucro para os extrativistas

FOTOS ANDRÉ PENNER

## Uma selva de lucros

*Consumidores americanos e extrativistas da Floresta Amazônica têm linha direta para a comercialização de castanhas e frutas*

A possibilidade de que a Amazônia possa ter sua riqueza explorada racionalmente e sem danos ao meio ambiente ganhou força no início deste mês, quando a Cultural Survival, uma entidade ecológica americana sem fins lucrativos que financia o extrativismo nas reservas amazônicas, anunciou o balanço de seu segundo ano de atividades na região. O truque é irresistível na década da ecologia. A empresa oferece um produto cultivado na selva tropical, e parte do que pagou vai ser reinvestida na manutenção da mata virgem. No relatório recente, a Cultural Survival apresenta um saldo de 370 000 dólares conseguidos em 1990 com a venda de 21 produtos, entre frutas, castanhas, óleos e essências nativas da floresta. Essas mercadorias saíram dos portos brasileiros para ser consumidas em forma de sorvetes, salgadinhos e essências nos mercados dos Estados Unidos e da Europa. "As encomendas para este ano já nos permitem estimar mais de 3 milhões de dólares em vendas até dezembro", afirma Jason Clay, o diretor da entidade formada por antropólogos e cientistas da Universidade de Harvard, Massachusetts.

A fórmula para esse sucesso está baseada em elementos simples. Apoiados na receptividade dos produtos "verdes" nos mercados do Primeiro Mundo, esses ecologistas levam aos empresários estrangeiros donos de fábricas de alimentos ou cosméticos a possibilidade de comprar e revender essências nativas e iguarias brasileiras. Eles funcionam como ponte direta entre os extrativistas no interior da mata e os escritórios informatizados do Hemisfério Norte. Com a empresa Tropic International montada no Brasil para comprar a matéria-

prima dos coletores, a entidade elimina a complicada cadeia de intermediários que normalmente se interpõe nessas negociações, conseguindo pagar para o produtor até dez vezes mais do que o mercado interno.

### RECURSOS PARA A FLORESTA

— A idéia de levar às prateleiras dos supermercados americanos os produtos ecológicos brasileiros surgiu durante um show de rock na cidade de Boston, em setembro de 1988, quando o empresário Ben Cohen, fabricante dos sorvetes Ben & Jerry's, se ofereceu para ajudar no salvamento das florestas tropicais, desde que o negócio desse lucro. Em janeiro de 1989 foram enviadas as primeiras doze amostras de castanhas e frutas, transformadas em sorvetes e doces consumidos experimentalmente. O sucesso foi tão grande que as importações começaram de imediato e hoje chegam a dezessete companhias nos Estados Unidos, no Canadá e na Europa. A recepção entusiasmou tanto os pesquisadores da Cultural Survival que eles já listam 75 novos produtos que devem invadir esses mercados até 1992, e têm outras noventa companhias no mundo todo interessadas em entrar nesse banquete ecológico.

De tudo o que sai das prateleiras, a Cultural Survival recebe 5%, que garantem seu funcionamento. Embora a idéia de comercializar produtos amazônicos tenha surgido apenas em 1988, a entidade existe desde 1972, como um grupo de pesquisas antropológicas vinculado à Universidade de Harvard. Preocupados com a preservação da cultura dos chamados moradores das florestas, eles chegaram à conclusão de que a melhor forma de conservá-los integrados à natureza é dar condições que lhes permitam sobreviver sem migrar ou destruir a mata. "Com o sabor das guloseimas brasileiras, os consumidores têm de quebra o gosto de contribuir para a preservação da mais importante floresta tropical do mundo", explica o mineiro Paulo Cardoso, consultor da From the Rain Forest, uma das empresas americanas que industrializam os produtos amazônicos. "Essa é uma combinação irresistível nestes tempos de consciência ambiental." ■



Os produtos já enlatados: 5% para a preservação