

## ECO-MARKETING, DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E AMAZÔNIA?

**Luiza Elayne Azevedo LUÍNDIA**

(Universidade do Amazonas)

Aborda a Amazônia, suas populações tradicionais e seus produtos verdes/*commodities* sob três perspectivas: *eco-marketing*, ecodesenvolvimento e/ou desenvolvimento sustentável; projetos/ ações de organismos internacionais; pesquisadores, organizações não governamentais e empresas. Destaca que o saber tradicional, apesar de “valorizado” por esses atores, não favorece a sustentabilidade econômica, social, cultural e étnica dos povos da floresta, pois, quase sempre, os interesses que permeiam as relações desses atores não têm valor igual para os mesmos. Conclui que o *eco-marketing* e as políticas de sustentabilidade podem contribuir para a reafirmação da etnicidade desses povos e proporcionar retorno financeiro, desde que eles sejam os principais agentes de sua história.

**Palavras-chave:** Comunicação Ambiental , **Eco-Marketing**, Desenvolvimento Sustentável, Amazônia

### INTRODUÇÃO

*Marketing* é a arte de desenvolver oportunidades, desenvolvê-las e lucrar com elas (Kotler, 1999). Não basta apenas conquistar clientes e satisfazer suas necessidades, pois essa simples satisfação não constrói alicerces para a lealdade. É preciso criar, desenvolver e cultivar relações com os consumidores, de tal maneira que se estabeleçam laços de intimidade, de emoções e surpresas bem como parcerias – início de relações duradouras e benéficas para ambos – produtor e comprador. O *marketing* não é um processo de mão única. Constitui-se em várias estratégias de mão dupla que poderão conduzir à lealdade, potencialidade da compra, repetição e recomendação de um cliente para outro, reafirmando o tão propagado princípio: “*um cliente satisfeito traz outros.*”

O que vem ser o *eco-marketing*? Como inter-relacioná-lo com as ameaças ecológicas? Compreende-se por *eco-marketing* um fenômeno multicultural e multidisciplinar, poderoso, congregador e abrangente em todos os níveis e que se manifesta através do **interesse** e procura de soluções verdadeiramente eficazes na defesa da conservação do meio ambiente. Como se dá esse interesse? A defesa do *eco-marketing* é, atualmente, substanciada através da

existência de evidências científicas comprovadas sobre alterações no ambiente, alterações estas, que se tornaram graves problemas ambientais. A longo do tempo, os aspectos ecológicos ganharam relevância maior não somente para organizações governamentais, não governamentais e pesquisadores, mas principalmente dentro da área de *marketing*, no sentido de garantir: 1. o sucesso das vendas; 2. uma clientela mais conscientizada, dentro da perspectiva do consumidor verde; 3. uma legislação mais rigorosa; e 4. uma empresa mais voltada ao meio ambiente.

Todos esses fatores abriram inúmeras oportunidades na comercialização de produtos e serviços ecológicos, assegurando, assim, a competitividade e garantindo a responsabilidade social da empresa. Dentro dessas perspectivas, novos conceitos ecológicos de *marketing* devem ser considerados para garantir a viabilidade econômica financeira do empreendimento. Enfim, o *eco-marketing* compõe-se de atividades de *marketing* que reconhecem a administração da temática ambiental de crescimento/aumento de negócios. Implica que as empresas ao planejarem e executarem suas atividades de *marketing* devem ter como estratégia/foco um balanço entre os desejos dos consumidores, a responsabilidade social em relação ao meio ambiente e os lucros.

### ***O BOOM DO VERDE***

Apesar de algumas discussões sobre os recursos naturais, usos e deprecação terem sido iniciadas em séculos passados, somente no fim da década de 60, é que houve uma tomada de consciência científica generalizada sobre a existência de uma crise global, nacional ou local. Essa tomada de consciência está ligada à crescente conscientização de que os recursos naturais de todas as sociedades – industrializadas e semi-industrializadas têm uma capacidade de suporte em oposição à visão hegemônica, de que a natureza tinha capacidade infinita e que podia ser utilizada à vontade através do domínio/exploração do homem e mais tarde pela tecnologia.

As alterações nos ecossistemas, entendido como conjunto coerente e organizado de interações entre vidas animais e vidas vegetais, bem como a extrapolação da capacidade de suporte (os limites de um ecossistema, sem sofrer degradação) destes continuam sendo, em sua maior parte, produzidas pela ação antrópica, através do crescimento das atividades industriais, em número crescente, as químicas e energéticas. Há uma grande quantidade de detritos gasosos resultantes da combustão das mais diversas formas de carbono fóssil que provocam mudanças nos padrões de chuvas, vento e circulação dos oceanos.

Em países em desenvolvimento, podemos ter a redução da produção agrícola, aceleração da extinção das espécies, alteração no suprimento de água doce, maior número de ciclones, tempestades de chuvas e neves fortes e rápido ressecamento do solo, bem como o crescimento nas taxas de doenças tropicais. Ressalta-se, também, o crescimento acelerado da população mundial e sobreconcentração da população nas zonas geográficas mais ricas, colocando em risco face ao uso excessivo dos recursos trazendo degradação. Todos esses fatores/ameaças prejudicarão os serviços ecológicos dos quais somos muitos dependentes para podermos sobreviver e cuidar da Terra mãe – a Gaia.

O destaque para o *eco-marketing* chegou a partir do momento em que os problemas descritos no parágrafo anterior se tornaram de tal modo gritantes que passou haver maior conscientização e ação social dirigida a essas disfunções ambientais. Essa conscientização e conseqüente resposta social tiveram seu marco inicial através de boicotes, surgidos no início dos anos 70, na Dinamarca, aos aerossóis contendo clorofluocarboneto (CF<sup>c</sup>), liberados por aparelhos de ar condicionado, refrigeradores, dentre outros. A conscientização social subsequente foi amplamente provocada por desastres ecológicos, como o derramamento de óleo pela Exxon Valdez, no Alasca, em 1989, onde, durante 15 dias, mais de 10 milhões de galões de óleo foram derramados no mar, alastrando-se por 7.600 km<sup>2</sup> ou através da dispersão de uma nuvem nuclear de Chernobyl, em toda a Europa Ocidental. Outros desastres dos anos 80 contribuíram para uma tomada maior de consciência em relações a questões ambientais nas manchetes da mídia e nas agendas da maior parte das outras nações do mundo.

O crescimento de população promove a degradação ambiental em níveis globais e nacionais, aumentando a tensão em recursos naturais e serviços ambientais. A explosão demográfica demandou procura mais intensificada por bens/serviços que implicam refrigeração e uso de combustíveis fósseis, favorecendo várias mudanças no ambiente, como ameaças climáticas e o efeito estufa. A taxa de crescimento da população tem pronunciado impacto nas bases de recursos naturais de países em desenvolvimento, especialmente com respeito à terra agrícola, às florestas e aos recursos de pesca.

Há muitos estudos reveladores de um sentimento cada vez mais forte e generalizado de que o planeta Terra atravessa numerosas crises, necessitando de cuidados/ações que validem nossa preocupação em torná-lo mais viável às próximas gerações. Ao qual paradigma essas crises estão intimamente ligadas? Ao paradigma techno-econômico, dominante até hoje, que propugna o crescimento econômico sem levar em conta a capacidade de suporte dos ecossistemas. Como modelar novos paradigmas, mesmo com a vigência do paradigma techno-

econômico? Quais seriam seus pressupostos? Suas intervenções? Seus atores? E qual o papel do *eco-marketing* dentro desse âmbito?

## O PARADIGMA SOCIAL DOMINANTE

As políticas econômica e ambiental estão entrelaçadas. Portanto, o paradigma social que dominou durante o período de crescimento econômico global foi, essencialmente, um sistema de convicções sobre economia. Denominado de paradigma exclusionista porque exclui os seres humanos das leis de natureza e também chamado “*economia de fronteira*”, sugestionando o princípio de recursos ilimitados como os que caracterizam uma sociedade como uma fronteira aberta, isto é, de acesso comum.

Em sociedades capitalistas este paradigma social dominante foi principalmente baseado nas suposições da economia neoclássica: primeiro, que a feira livre sempre maximizará a previdência social; e segundo, que não só há uma provisão infinita de recursos naturais, mas também um número considerável de países para dispor desses recursos. Humanos não esvaziarão qualquer recurso, contanto que tecnologia seja permitida, garantido a flutuação dos preços para estimular a procura por substitutos. Assim, pode-se adiar a escassez. Desperdício é visto como um problema a ser limpo depois do fato, mas não previsto/planejado, mesmo porque a teoria econômica convencional só se preocupa com a distribuição de recursos. O ambiente é irrelevante à economia.

Os bens ambientais eram abundantes, constituindo os chamados bens livres e/ ou gratuitos. Além disso, por serem públicos, não possuíam mercado definido, implicando, então, em difícil estimativa dos respectivos preços. Os princípios legais tradicionais de liberdade irrestrita dos mares e acesso aberto para recursos comuns, como os oceanos e os recursos viventes deles, sustentaram o paradigma exclusionista e debilitaram o impulso para cooperação internacional por proteção ambiental.

Entretanto, mudanças começaram a tomar as mais variadas formas. A publicação do livro, em 1962, *A fonte silenciosa*, de Rachel Carson, que documentou os perigos para a saúde humana de praguicidas sintéticos foi o começo de uma explosão em literatura popular que refletia um novo conhecimento científico sobre ameaças invisíveis para o ambiente: radiação, metal pesado, desperdícios tóxicos, hidrocarboneto clorados na água e outros.

## PARADIGMA SOCIAL ALTERNATIVO

A rapidez da consciência ambiental e as pressões de grupos não governamentais, no início dos anos 70, não foi acompanhado por um jogo alternativo de suposições sobre realidade física e social que poderia se tornar uma visão mundial competitiva. As suposições essenciais de economia clássica permaneceram largamente intactas.

Durante as décadas de 70 e 80, contudo, um paradigma alternativo começa a desafiar as suposições de economia de fronteira aberta. A ênfase passa a ser do desenvolvimento sustentado, baseado no tripé de crescimento econômico, equidade social e harmonia ambiental. Estes estudos foram criticados amplamente por defensores do paradigma dominante, baseados em argumentos de que uma superpopulação não se tornaria um problema porque as pessoas são o “*último recurso*”. Uma comunidade global de médicos e estudiosos estava emergindo, e as políticas econômicas baseadas no paradigma dominante começam, pouco a pouco, a ser substituídas através de políticas ecológicas mais sãs.

## ECODESENVOLVIMENTO

Amparado pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) e opondo-se às teses do preservacionismo e do crescimento por qualquer meio, emerge o conceito de estratégias de ecodesenvolvimento. Dentro dessa nova abordagem do desenvolvimento, focaliza-se a análise da satisfação das necessidades primárias das populações mais pobres, com relevância para questões de habitação, alimentação, educação e saúde, na adaptação das tecnologias e dos modos de vida às particularidades dos macro-ecossistemas, à valorização dos dejetos e eliminação de desperdícios e na exploração dos recursos pela concepção de sistemas integrados.

Resumindo, o ecodesenvolvimento significa transformar o desenvolvimento numa soma positiva com a natureza, propondo que este tenha por base três pilares: justiça social, eficiência econômica e prudência ecológica. A qualidade social é medida pela melhoria do bem-estar das populações empobrecidas, e a qualidade ecológica, pela solidariedade com as gerações futuras. O ecodesenvolvimento dá relevância ao pluralismo cultural resultante das distintas percepções do meio ambiente pelos diferentes grupos e classes sociais, e na diversidade das condições naturais de cada região e país. Propõe estratégias socioeconômicas e espaciais diversificadas associadas às realidades locais, integrando-se o planejamento econômico com o espacial. Busca uma ação de todos os atores sociais dentro de uma relação

mais equilibrada no campo relacional de poderes e políticas públicas, bem como os papéis da responsabilidade civil local, regional e nacional. Destaque, também, é dado ao planejamento participativo, onde o engajamento e a participação efetiva da população tornam-se fundamentais para o êxito da estratégia.

Esse desenvolvimento ecologicamente adequado e auto-sustentado marca um novo ramo de pensamento e na prática do desenvolvimento (Sachs, 1997). O desenvolvimento deve passar das esferas da burocracia para as bases (populações vistas como atores sociais), e isto, coloca o problema do poder político, talvez, a questão fundamental do desenvolvimento hoje.

## **DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**

A publicação, em 1987, do Relatório da Comissão Mundial em Ambiente e Desenvolvimento (mais tarde passou-se a chamar de *Nosso Futuro Comum*), com a participação de uma comissão de 22 membros internacionais e presidida pela Ministra da Noruega, Sra. Brundtland, popularizou os termos *desenvolvimento sustentado* e/ou *desenvolvimento sustentável* e deu o impulso a esse novo paradigma, embora sem conseguir substituir o antigo.

A partir daí, definiu-se desenvolvimento sustentável como o desenvolvimento mais “*consistente com o futuro como também necessidades presentes*”, onde “*os sistemas naturais da Terra têm capacidades finitas para apoiar produção humana e o consumo e que a continuação de riscos de políticas econômicas causariam um dano irreversível para os sistemas naturais do quais a vida depende.*”

O paradigma de desenvolvimento sustentável enfatiza a necessidade de se redefinir o termo desenvolvimento. Isto porque o crescimento econômico não pode continuar acontecendo às custas do capital natural da Terra, renováveis e não renováveis. Ao invés disso, a economia mundial teria de aprender a viver com o uso de energia mais eficiente, fazendo uma troca de combustíveis fósseis para fontes de energia renováveis, durante as próximas várias décadas.

Para Porter; Brown (1991), o paradigma de desenvolvimento sustentável não só assume a necessidade por maior equidade entre nações ricas e pobres, mas também dentro de sociedades e entre gerações. O paradigma reconhece que países desenvolvidos têm que satisfazer as necessidades básicas dos países em desenvolvimento de maneira que não esvaziem os países de seus recursos naturais. Aponta também uma necessidade de reexaminar atitudes básicas e valores em países industrializados relativo ao desperdício.

Nos últimos anos, a noção de desenvolvimento sustentado/sustentável tem servido para agrupar diferentes interesses e múltiplas recomposições, e deste então, sob uma mesma denominação, abrigam-se e amparam-se mutuamente diferentes conceitos e práticas. A origem do termo sustentado está ligado ao desenvolvimento de explorações de recursos renováveis como pesca e florestal. A sustentabilidade é assim compreendida como a de um recurso ou de um ecossistema dependente de um equilíbrio entre os ritmos da extração que assegure um mínimo de renovabilidade para o recurso. Busca-se, por fim, a sustentabilidade do desenvolvimento econômico e recuperam-se visões neoclássicas no sentido de que essa conceituação define-se pela manutenção da renda *per capita* e/ou do estoque de capital (natural ou artificial) transmitida pela geração atual à futura. Muitos autores fazem críticas a essa definição, dentre eles Redclift (1987), porque insistem que não se pode pensar nas gerações futuras, quando parte das gerações no presente não tem suas necessidades básicas atendidas.

No entender desse autor, o desenvolvimento sustentável é um conceito que utiliza duas tradições intelectuais freqüentemente opostas: 1. os limites que a natureza apresenta aos seres humanos (capacidade de suporte) e; 2. o potencial para desenvolvimento de material de humano que é pretendido em cima da natureza. Enfatiza Redclift (1987) que o desenvolvimento sustentável não pode ser destituído de conteúdo analítico. Significa muito mais do que buscar compromisso entre o ambiente natural e a perseguição de crescimento econômico. Significa uma definição de desenvolvimento que reconhece que os limites de sustentabilidade têm origens estruturais e naturais. Quais são esses limites? Como não extrapolar a capacidade de suporte dos ecossistemas e ao mesmo tempo conseguir não somente sustentabilidade econômica, mas também social e cultural?

Para Sachs (1997), o crescimento quantitativo ilimitado da produção material é insustentável do ponto de vista do capital natural, tanto como fonte de recursos quanto sumidouro de resíduos. Pode-se visar ao desenvolvimento qualitativo baseado no uso mais eficiente de energia e dos recursos naturais, na sua reciclagem, bem como na redução de resíduos e poluentes. Destaca que a sustentabilidade constitui conceito dinâmico, que leva em conta as necessidades crescentes das populações, num contexto internacional em constante expansão.

Dentro desse ponto de vista, o autor supracitado apresenta cinco dimensões de sustentabilidade: 1. sustentabilidade social: ênfase para distribuição mais equitativa da renda e dos ativos; 2. sustentabilidade econômica: alocação e manejo eficiente dos recursos naturais; 3. sustentabilidade ecológica: intensificação dos usos do potencial de recursos existentes com

um nível mínimo de deterioração; 4. sustentabilidade geográfica: a busca de uma configuração rural-urbana mais equilibrada; e 5. sustentabilidade cultural: soluções adaptadas a cada cultura e a cada ecossistema. Esses pilares têm dupla função. Primeira, assinalar a direção geral dos processos de mudanças. Segunda, oferecer um conjunto de critérios para se avaliar a pertinência de ações mais específicas.

## AMAZÔNIA E OS INTERESSES VERDES

Inúmeros setores governamentais e não governamentais, publicações, organismos internacionais, pesquisadores e a mídia procuram demonstrar que a Floresta Amazônica viva e seus vivos habitantes guardam valiosos segredos sobre produtos novos, naturais e produzidos de maneira sustentável e que estão praticamente à disposição dos consumidores-verdes iluminados e preocupados no Primeiro Mundo. *Eco-marketing*? Milagres? Ou a salvação dos saberes tradicionais de um povo que vem sistematicamente passando por um processo de “*garimpagem*” de seus produtos/saberes não somente pelas madeiras e garimpeiros, mas também por organismos internacionais, empresas nacionais e transnacionais (revestidas pelo interesse da biotecnologia), pelos muitos “*garimpeiros*” das informações, como cientistas, jornalistas e organizações não governamentais (ONGs). Perguntamos, será que somente agora estão vendo a Amazônia, sob a perspectiva de sustentabilidade, manejo eficiente e produtora de ofertas-*commodities* – ecologicamente sãs? Já há algum tempo que grupos indígenas e caboclos vêm cuidando da Gaia dentro do que acreditam ser ecologicamente compatível com suas necessidades: usar apenas o necessário. Entretanto, essa maneira de cuidar de suas necessidades foi durante milhares de anos estigmatizada como apenas um conhecimento empírico, sem muita importância. Alegavam que esse empirismo não tinha o caráter da investigação científica desejada pela ciência para se constituir num conhecimento racional, objetivo, enfim, revestido de interesse científico. Agora, “*descobrem*” os cientistas naturais, sociais e políticos que o **tão sem importância e recusado “saber tradicional”** deve voltar à roda das intervenções acadêmicas e aos projetos de desenvolvimento sustentável, embora com uma nova roupagem, a de TEK *Traditional Ecological Knowledge* (Conhecimento Tradicional Ecológico). Pronto, milagres acontecem!

A Amazônia e suas populações tradicionais – índios, caboclos, extrativistas, pescadores, ribeirinhos – necessitam muito mais do que milagres. Podem não ser os únicos. Contudo, possuem suficiente sabedoria e tradição para transformarem os produtos da floresta em respostas às suas necessidades de sobrevivência. Encontram, ainda, diversas maneiras de

transformá-los em alimentos e medicamentos, com o mínimo de impacto para os diversos ecossistemas que compõem a rica biodiversidade amazônica.

## **SABERES TRADICIONAIS X SUSTENTABILIDADE ECONÔMICA**

Como pode um “*saber tradicional*” ser defendido e valorizado e ao mesmo tempo oferecer sustentabilidade econômica aos seus povos? Indústria e comércio descobriram há muito tempo que o conhecimento tradicional dos povos da floresta é uma fábrica de *eco-marketing* e de lucros, além de fornecer crédito às empresas através da ênfase da responsabilidade social destas em relação ao meio ambiente e aos consumidores verdes.

O valor do mercado anual para medicamentos derivados de plantas medicinais descobertas por povos indígenas é de 43 bilhões de dólares. Pesquisas com produtos naturais estão apenas começando com previsões de que seus valores de mercado excedam todos aqueles de alimento e produtos medicinais juntos. Somente a indústria internacional de semente contabiliza mais 15 bilhões de dólares por ano, os quais, em sua maioria, são derivados de material genético de variedades de plantas “*selecionadas, cultivadas, melhoradas e desenvolvidas por inovadores agricultores do terceiro mundo por centenas de milhares de anos*” (Hurtado, *apud* Posey, 1994). Da mesma forma, fragrâncias naturais, corantes e produtos para o corpo e cabelo tornam-se importantes para o mercado mundial (Lewington, *apud* Posey, 1994). Qual o retorno econômico para os povos da floresta? Menos que um centésimo por cento (0.001%) de lucros de drogas, fabricadas a partir da medicina tradicional retorna a esses povos que têm orientado pesquisadores nas descobertas das mesmas.

Há intenso interesse e crescimento de mercados em produtos naturais alimentares, medicinais, agrícolas e para o corpo. Indaga-se, como fica o direito de propriedade intelectual desses povos? Como recompensá-los? Na literatura corrente, há teorias de que os serviços ecológicos devam ser taxados. Dentro desta perspectiva, afirmamos que esses serviços constituem o capital natural que, para Hawke *et al.* (1999), é a soma total dos sistemas ecológicos que sustentam a vida e difere em muito do capital feito pelo homem na medida em que não pode ser produzido pela atividade humana. Esse capital é resultado permanentemente executado por milhares e milhares de espécies em interação complexa. Até o presente momento, são poucos os substitutos dos serviços que o capital natural fornece de maneira invisível. Logo, os ecossistemas podem trazer benefícios (serviços) e estes podem ser valorados: bens + serviços ecológicos que ajudem a manter a biodiversidade – a vida do

planeta Terra – e proporcionem, ao mesmo tempo, sustentabilidade econômica + serviços medicinais/estéticos e culturais.

Como reordenar esses serviços ecológicos dos saberes tradicionais dentro de um novo código-eco-étnico-ético? Esse reordenamento, conforme Posey (1994), não dependeria de leis ou convenções internacionais, não seria legislado em congressos ou parlamentos, nem dependeria da obrigação com direitos autorais ou patentes. Tal código dependeria de: 1. cientistas que explicassem seus estudos às populações tradicionais da Amazônia e sua importância para elas; 2. de pesquisadores que, voluntariamente, assinassem contratos com essas populações, garantindo uma porcentagem X de lucro sobre remédios, filmes, novas variedades de plantas, livros, entre outros; 3. de negócios, no sentido de garantir um bom preço/lucro para o capital natural e ajudar os povos a valorizarem ainda mais esses materiais; 4. de grupos de filme e televisão que pagassem o preço justo e devido para terem o direito de imagem e de reprodução. De minha parte, acrescentaria as ONGs, com a incumbência de divulgar os projetos em andamento e os novos bens, como se procurassem incorporar os povos/instituições regionais e locais como atores participativos e agentes de sua própria história. Geralmente, estes ficam apenas nos papéis de informantes e/ou objetos de pesquisa. É preciso ultrapassar a prática do modismo, quando se formam ONGs com o objetivo de conseguir, pura e simplesmente, recursos internacionais para promoção de pesquisas/relatórios/papers, que são apresentados e lidos por leitores especializados, uma minoria seletiva e elitista.

## **DESMISTIFICANDO O MITO DO ECO-NOBRE SELVAGEM**

Redford(1992) afirma que muitas populações tradicionais exploram, irracionalmente, a fauna e promovem a redução e até extinção local de espécies caçadas intensivamente. O processo de eliminação da fauna pode levar à extinção ecológica, definida como “*redução da abundância das espécies*”, ainda que estejam presentes na comunidade, não mais interagem significativamente com outras espécies. Os povos indígenas, segundo o autor, não são os “*nobres selvagens ecológicos*” em que nós os tornamos. Salienta esse autor, o grau de destruição do ecossistema, em nível global, pode indicar, em alguns casos, que a única maneira de conservar a biodiversidade é abolir todos os tipos de comportamento humano, da construção de estradas e extração de madeiras ao extrativismo e caçada indígena.

## QUASE CONCLUSÕES

Vamos colocar a floresta e seus povos numa redoma ou vamos continuar incentivando a garimpagem de recursos e informações? Fórmula simples de resolver se nos voltarmos apenas para os dois lados: desenvolvimentista e preservacionista. Entretanto, os povos devem ter suas próprias fórmulas, não tão mecanicistas como muitos querem e ajudam a fomentar através de vários projetos como do Avança Brasil, PPG-7, Proecotur, dentre outros. Acredito que chegou a hora desses povos darem um basta nesses intermediários e exercerem sua autonomia através de seu saber tradicional, na busca da sustentabilidade econômica, social, cultural e étnica.

De que forma a etnicidade e o saber tradicional se articulam ao processo de desenvolvimento? Afirma-se que as reivindicações étnicas são utilizadas por certos grupos sociais para responder a interesses econômicos e políticos que, de certa forma, dificilmente seriam atendidos. No Terceiro Mundo, os movimentos étnicos são, em geral, de natureza progressista, principalmente, porque surgem como reação contra a opressão e exploração. Isto, contudo, não impede que sejam usados ou manipulados, às vezes, em função de fins alheios àqueles que aparentemente apresentam.

Indago: como o *eco-marketing* através de seus produtos naturais/*commodities*, o eco-desenvolvimento e/ou desenvolvimento sustentável poderão contribuir para a autonomia dos povos da floresta? Como redesenhar novos cenários? Baseados em que premissas? Perguntas são muitas, respostas poucas.

Três considerações são importantes:

1. É preciso fugir de se considerar a floresta Amazônica como banco genético inerente à biodiversidade animal e vegetal e que para cuidar desse banco genético devam ser invocados cuidados especiais e intervenções externas, de cunho internacionalizante.
2. É preciso afastar a ameaça das provocações geopolíticas, cunhada na expressão máxima da incapacidade dos povos amazônicos de conservarem a região, portanto, sendo primordial algum grau de intervenção.
3. Precisamos fugir das teses da Amazônia constituir-se em paradigmas **de soberania compartilhada, de patrimônio comum da humanidade e da moratória ecológica.**

Aos povos da floresta, cabem as respostas e estas têm um tempo de acontecer.

## REFERÊNCIAS

- BALÉE, W. Biodiversidade e os índios amazônicos. In: CASTRO, E. V.; CUNHA, M. C. (Org.). *Amazônia*: etnologia e história indígena. São Paulo: USP/FAPESP, 1993.
- BRYANT, R. Power, knowledge and political ecology in the Third World: a review. *Progress in Human Geography*, [s. l.], v. 22, n. 1, p. 79-94, 1998.
- CAVALCANTI, C. Em busca da compatibilização entre a ciência da economia e a ecologia: bases da economia ecológica. In: VIEIRA, P.; WEBER, J. (Org.). *Gestão de recursos naturais renováveis e desenvolvimento*: novos desafios para a pesquisa ambiental. São Paulo: Cortez, 1997.
- DELÉAGE, Jean-Paul. Uma ecologia-mundo. In: CASTRO, E.; PINTON, F. (Org.). *Faces do trópico úmido*: conceitos e novas questões sobre desenvolvimento e meio ambiente. Belém: UFPA/NAEA, 1997.
- HAWKEN, P.; LOVINS, A.; LOVINS, L. *O capitalismo natural*: criando a próxima revolução industrial. São Paulo: Cultrix, 1999.
- JÖHR, H. *O verde é negócio*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 1994.
- KOTLER, P. *Marketing para o século XXI*: como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Futura, 1999.
- MAIMON, D. A economia e a problemática ambiental. In: VIEIRA, P.; MAIMON, D. (Org.). *As ciências sociais e a questão ambiental*: rumo à interdisciplinaridade. Belém: APED/NAEA, 1993.
- MENDES, A.; SACHS, I. A inserção da Amazônia no mundo. In: CASTRO, E.; PINTON, F. (Org.). *Faces do trópico úmido*: conceitos e novas questões sobre desenvolvimento e meio ambiente. Belém: UFPA/NAEA, 1997.
- NEPSTAD, D. et al. *Avança Brasil*: os custos ambientais para a Amazônia. Belém: Ed. Alves, 2000.
- PORTER, G.; BROWN, J. *Global environmental politics*. Boulder: Westview, 1991. p. 1-66; 92-106.
- POSEY, D. Será que o “consumismo verde” vai salvar a Amazônia e seus habitantes? In: D’INCAO, A.; SILVEIRA, I. (Org.). *A Amazônia e a crise da modernização*. Belém: Museu Paraense Emílio Goeldi, 1994.
- REDFORD, K. The ecological noble savage. *Cultural Survival Quarterly*, [s. l.], v. 15, n. 1, p. 46-48, 1991.

REDICLIFT, M. *Sustainable development, exploring the contradictions*. London: Methuen, 1987. p. 79-106; 171-198.

SACHS, Ignacy. Desenvolvimento sustentável, bio-industrialização descentralizada e novas configurações rural-urbanas: os casos da Índia e do Brasil. In: VIEIRA, P.; WEBER, J. (Org.). *Gestão de recursos naturais renováveis e desenvolvimento*: novos desafios para a pesquisa ambiental. São Paulo: Cortez, 1997.

SAGAN, C. **Bilhões e bilhões**: reflexões sobre vida e morte na virada do milênio. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SALATI *et al.* **Amazônia**: desenvolvimento, integração e ecologia. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SILVEIRA, P. A. A ideologia do “verde” e o marketing. *Revista Jurídica*, [s. l.], n. 22, mar. 1998.

STAVENHAGEN, R. Etnodesenvolvimento: uma dimensão ignorada do pensamento desenvolvimentista. *Anuário Antropológico*, [s. l.], v. 84, 1995.