

INSTITUTO  
Documentação  
PROG. AMBIENTAL  
Fonte: OESP (geral)  
Data: 9/7/2001 Pg. 17  
Class.: 148.00064

AMBIENTE

# Bife orgânico chega para preservar o Pantanal

fotos Conservation International

**Pecuária 'natural' ganha espaço na região com parceria de ONG e fazendeiros**

HERTON ESCOBAR

Um hambúrguer mais saudável e que ajuda a preservar o meio ambiente. Essa é a receita de uma iniciativa da organização Conservation International (CI) e um grupo de fazendeiros em Mato Grosso do Sul. O ingrediente secreto é bife orgânico do Pantanal, desenvolvido de forma lucrativa e ecologicamente responsável – características com alto valor de mercado e que já atraíram a atenção da maior cadeia de lanchonetes do mundo.

O projeto faz parte de uma ampla estratégia da CI para a preservação do Pantanal. A idéia é transformar a conservação do ecossistema – a maior planície alagada do planeta – em uma atividade lucrativa para a região. “Os pantaneiros vivem em um lugar que é mais rico do que 99% do mundo”, afirma o presidente da CI, Peter Selligman. “Queremos mostrar a eles que a conservação desse meio ambiente é sua moeda mais poderosa.”

Técnicos da CI estão trabalhando com seis fazendas na região para adequar a produção às normas da Federação Internacional do Movimento de Agricultura Orgânica (Ifoam), que regulamenta a atividade. Juntas, as propriedades podem produzir até 7 mil cabeças de gado orgânico por ano. “Não adianta pensar que podemos salvar a biodiversidade sem uma base econômica de sustentação”, analisa o diretor da CI para o Pantanal, Reinaldo Lourival. “A pecuária é a principal atividade da região, mas está definhando. Precisamos criar um valor agregado maior para o produto e a busca por alimentos saudáveis é muito grande.”

O Pantanal, diz Lourival, oferece as condições perfeitas para a atividade. Boa parte do gado já é criado livre no campo e o rebanho e as pastagens naturais são grandes o suficiente para comportar uma produção em escala industrial sem a necessi-



Gado criado de forma orgânica atravessa rio no Pantanal: pecuária sem o uso de produtos químicos ajuda a preservar o ambiente

dade de desmatar novas áreas.

**Vantagens** – Os benefícios do ponto de vista ecológico são muitos. Na pecuária orgânica não podem ser usados hormônios nos animais ou produtos químicos para adubar as pastagens. Para ser certificado, todo o sistema de produção precisa estar em sintonia com o meio ambiente e com o bem-estar do rebanho. Os frigoríficos e distribuidores precisam ser certificados pela Ifoam.

Os fazendeiros também saem ganhando. Se por um lado sofrem uma pequena queda de produtividade, por ou-

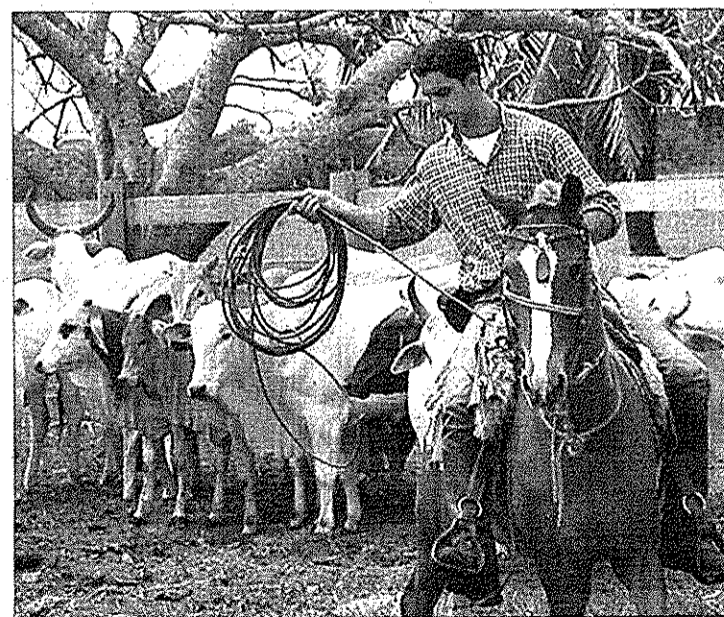
tro passam a oferecer um produto com maior valor agregado. “A demanda por carne orgânica é muito alta no mercado internacional. É um nicho que precisa ser aproveitado”, diz o pecuarista Homero José Figliolini, proprietário da Fazenda Eldorado, em Corumbá (MS). A propriedade, de 14.800 hectares e com cerca de 4 mil animais, é a primeira no País certi-

ficada para a produção de bife orgânico. “O produtor tem suas despesas reduzidas e passa a vender a carne com um valor premium. A queda de produtividade, portanto, é zero.”

Pesquisa da CI realizada em São Paulo indica que muitos consumidores aceitariam pagar até 30% mais por carne orgânica certificada. “A pessoa paga mais pela segurança do alimento do que pelo sabor”, afirma Figliolini.

**Demanda** – Ainda em fase preliminar, o projeto já despertou a atenção de empresas no Brasil e no exterior. A cadeia de lanchonetes McDonald’s já mostrou interesse em comprar a produção se a quantidade e a qualidade forem satisfatórias. A idéia deu certo para a rede americana de cafeteria Starbucks, que vende “café ecológico” plantado à sombra de árvores da floresta ameaçada de Chiapas, no México. Segundo dados da CI, os fazendeiros recebem 65% mais em relação ao café convencional e estão exportando 50% mais do que no passado.

O maior mercado para o



Fazenda em Corumbá já tem 4 mil cabeças de gado certificado

Big Mac ecológico, no entanto, seria a Europa, onde os alimentos orgânicos são mais populares, afirma Figliolini. Além disso, os surtos de febre aftosa no continente aumentaram a demanda por bife de procedência certificada.

Confiante no potencial do mercado, Figliolini fundou uma empresa em parceria com a CI, o Banco do Brasil,

a Universidade de São Paulo (USP) e a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) para financiar e facilitar a produção de carne orgânica em outras fazendas da região. “Queremos promover um projeto de desenvolvimento sustentável para o Pantanal”, afirma o pecuarista. “Um dos meios para esse objetivo é a pecuária orgânica.”

**CI adota País como prioridade para conservação**

**Organização investe US\$ 10 milhões em rede de especialistas ambientais**

Um dos maiores desafios dos ambientalistas no Brasil é convencer os brasileiros da riqueza ecológica que o País possui, diz o presidente da Conservation International (CI), Peter Selligman. “É impressionante como as pessoas não compreendem o que têm nas mãos”, lamenta. A organização ambiental, uma das maiores e mais importantes do mundo, está adotando o Brasil como prioridade para projetos de conservação da biodiversidade. “Tomamos a decisão de investir no Brasil. É, sem dúvida, o país mais importante da Terra nessa categoria”, avaliou Selligman, que esteve recentemente no Brasil e falou com exclusividade ao Estado.

O maior empreendimento da organização em 12 anos de trabalho no Brasil terá início ainda este ano. A meta do Center for Biodiversity Conservation (CBC) será formar uma rede especializada de profissionais ambientais espalhados em pontos estratégicos para auxiliar projetos de conservação onde for necessário, no Brasil e na Guiana. A ajuda pode ser na forma de assistência técnica, operacional ou financiamentos.

O investimento para os primeiros dois anos do projeto é de US\$ 10 milhões. “É provavelmente a maior contribuição desse tipo na história do Brasil”, afirma Selligman, que quer ainda dobrar esse orçamento por meio de parcerias com empresas brasileiras.

As alianças com o setor privado e outras organizações não-governamentais representam um dos alicerces do trabalho da CI, que atua em 30 países e tem orçamento de US\$ 75 milhões. “O objetivo é criar uma economia baseada em conservação”, resume o presidente da CI no Brasil, Roberto Cavalcanti. “As empresas estão cada vez mais abertas a investir no meio ambiente, porque o consumidor procura produtos que sejam amigáveis à natureza.” (H.E.)

**PRODUTO INTERESSA ATÉ AO MCDONALD'S**