

## Guerra e paz por trás de um bife

Categories : [Reportagens](#)

*Grandes frigoríficos e corporações internacionais do setor de alimentos, uma vez acusadas de comprar carne de bois criados em áreas desmatadas ilegalmente, hoje garantem que não adquirem nem vendem carne de origem desconhecida. Este compromisso público assinado por pressão do Greenpeace é considerado um sucesso na batalha contra crimes ambientais na Amazônia, mas não garante o monitoramento de toda a cadeia de produção de carne.*

“O Greenpeace não tem inimigos nem amigos permanentes”. O lema, velho conhecido dos membros da ONG, cai bem para a história da campanha que trouxe uma revolução no modo de operação do setor da carne no Brasil. Lançada pela organização em 2009 e citada pelos principais atores da cadeia como divisora de águas, ["A Farra do Boi na Amazônia"](#) apontava o dedo para os grandes frigoríficos, acusando-os de compactuar com o desmatamento na Amazônia e pressionava o governo (do então presidente Lula) de ser "sócio" de frigoríficos criminosos, em referência aos então principais beneficiários de empréstimos com juros subsidiados do BNDES - JBS, Marfrig e Bertin, posteriormente vendida à JBS. Tratava-se de um setor que até pouco tempo desconhecia restrições ambientais ao seu crescimento. De lá para cá, entre brigas e reconciliações, precisou se reinventar.

### Fome de carne

"o selo de "desmatador da  
Amazônia brasileira"  
cruzou os mares e  
alcançou as sedes  
internacionais de nomes  
como Gucci, Nike e  
Adidas. Para estas marcas,  
que compravam o couro

## dos frigoríficos brasileiros investigados, doeu ver sua imagem associada a um crime ambiental "

“A pecuária é a variável central da equação de sustentabilidade do agronegócio brasileiro”, diz Márcio Nappo. Ele é o diretor de Sustentabilidade da JBS, a maior empresa de proteína animal do mundo, nascida no Brasil. Dos 38,7% do território brasileiro ocupado pelo setor agrícola, metade são para pastos, segundo dados da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - Embrapa. A pecuária usa mais de 200 milhões de hectares de terras, dos quais 70 milhões na Amazônia. Para fins de comparação, apesar de ser o maior produtor de soja do mundo, o grão ocupa 30 milhões de hectares de solo brasileiro, seguida da cana-de-açúcar, com entre 8 e 10 milhões de hectares.

Em 2004, o Brasil chegou a líder mundial em exportação de carne bovina e, segundo os últimos dados da [Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carne \(ABIEC\)](#), em 2014 estávamos na segunda posição. O governo brasileiro viu oportunidades de crescimento mundial no setor de carnes especialmente a partir do início da década de 2000, graças a fatores econômicos, entre eles a fase de desvalorização do Real, entre 1999 e 2003. A crise do mal da vaca louca, que preocupou a Europa em 2003, também fez bem ao nosso boi. Logo passamos a deter parcela expressiva do mercado europeu e, na sequência, do Russo e dos países do Oriente Médio.

A partir de 2005 começa uma fase de intensa internacionalização das nossas empresas de carne, graças à política de desenvolvimento de "campeões nacionais", ou empresas brasileiras eleitas pelo governo para serem transformadas em grandes multinacionais. Dois terços dos recursos do Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES) destinados ao programa foram para fomentar o crescimento de frigoríficos. É o exemplo da JBS e da Marfrig. A primeira, corruptela do nome de seu fundador, José Batista Sobrinho, vulgo Zé Mineiro, começou com um pequeno açougue em Anápolis (GO) e hoje é a maior processadora de proteína animal do mundo, líder também em capacidade de abate. Já a Marfrig Global Foods, fundada por Marcos Molina, que aos 16 anos já tinha a própria distribuidora de carnes, orgulha-se de estar presente com seus produtos em mais de 110 países do mundo.

Em 2007, os frigoríficos JBS, Marfrig e Bertin figuravam entre os três maiores beneficiários de empréstimos a juros baixos do Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES). Com o avanço da exportação da matéria-prima crescia também os índices de devastação da Amazônia. Em 2008, 80% de suas áreas desmatadas deviam-se à pecuária, diz o relatório do Greenpeace. Foi com este dado estampado em manchetes que, em 2009, os frigoríficos levaram o susto.

### Chicotada de couro

A investigação que deu origem ao relatório “Farra do Boi na Amazônia” seguiu o rastro da carne dos grandes frigoríficos até as fazendas de onde se originavam na Amazônia. Lá, o Greenpeace achou todo tipo de crime - de desmatamento ilegal a trabalho escravo. Atestado o problema de um lado, fez então o caminho inverso e rastreou a produção dos frigoríficos até o seu consumidor final. E foi no couro que a ONG achou matéria prima para o seu chicote. Como a indústria da carne, especialmente à época, não investia em marcas de varejo, era preciso encontrar um alvo cuja imagem ficasse marcada na cabeça do povo - no melhor estilo Greenpeace de ser. Foi assim que o selo de "desmatador da Amazônia brasileira" cruzou os mares e alcançou as sedes internacionais de nomes como Gucci, Nike e Adidas. Para estas marcas, que compravam o couro dos frigoríficos brasileiros investigados, doeu ver sua imagem associada a um crime ambiental contra a mais importante floresta tropical do mundo.

"A aposta que o Greenpeace fez naquele momento, e continua fazendo, foi de entender as empresas como um ator fundamental do ponto de vista de impulsionar a produção e o consumo de commodities de uma forma mais responsável", explica Adriana Charoux, da campanha de Amazônia do Greenpeace. A briga foi parar nos jornais, empresas como a Nike cancelaram contratos e em questão de meses os frigoríficos Marfrig e Minerva e, por fim, JBS, assinavam um compromisso público, proposto pelo Greenpeace, de rastrear suas cadeias e garantir que estariam livres das ilegalidades.

Pelo acordo, os frigoríficos ficaram obrigados a garantir que seus fornecedores não estão envolvidos em desmatamento após 2008 - ano limite estipulado pelo Código Florestal para que uma área seja considerada consolidada como agrícola. Os critérios incluem observar a lista de embargos do IBAMA, de trabalho escravo do Ministério do Trabalho e garantir que nenhuma fazenda ocupe áreas legitimamente delimitadas como Terras Indígenas e Unidades de Conservação. "Foi um processo até de fato a gente conseguir sentar na mesa de negociação. Não foi lançar o compromisso e de repente todo mundo disse “tá bom, onde eu assino?”, relembra Adriana. "Houve pressão e também diálogo". De lá para cá, a máxima de que inimigos e amigos podem ser transitórios se aplica. Hoje o Greenpeace e os três frigoríficos tratam-se cordialmente, saudando uns aos outros a cada resultado positivo das auditorias externas que acompanham o compromisso.

## **Nó de terras**

"O Brasil criou o maior sistema de monitoramento geográfico de matéria-prima do mundo", afirma Fernando Sampaio, diretor da ABIEC e que também preside o [Grupo de Trabalho pela Pecuária Sustentável \(GTPS\)](#), iniciativa que reúne os principais atores da cadeia em torno de agendas de sustentabilidade para o setor. Um dos grandes responsáveis por isso é Breno Félix, sócio-fundador e Diretor Comercial e de Inovação da [AgroTools](#). Criada em 2008, ela se coloca como uma empresa hiperbólica. Para começar, descreve a si mesma como "a maior empresa de big

data do país" e líder mundial em gestão e monitoramento de riscos para o agronegócio tropical. É ela que hoje atende às necessidades de monitoramento da cadeia de fornecedores dos grandes frigoríficos, redes de supermercado, boa parte do mercado financeiro e os maiores produtores de agronegócio brasileiro. Na cartela de clientes da Agrottools estão McDonald's, Walmart, Carrefour, o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), além dos maiores frigoríficos do país e do mundo - a JBS e a Marfrig. Entre os parceiros de trabalho, nomes como o Google e a ONG WWF. A empresa se diz a guardiã de 25 milhões de hectares de Amazônia, o equivalente ao tamanho do Reino Unido.

Na prática, o que a Agrottools faz é reunir e cruzar dados - muitos deles públicos, como a lista de embargo do IBAMA – para dar uma cara e um endereço às propriedades rurais da Amazônia. A ideia é a de um grande mapeamento, a partir do qual é possível saber se fazendas ocupam áreas ilegais como Unidades de Conservação e Terras Indígenas, se possuem permissão para exercer sua atividade ou se estão envolvidas em crimes de desmatamento, por exemplo. A partir desta análise, a Agrottools é capaz de estabelecer o grau de risco ambiental associado a cada fornecedor.

"A JBS teve entre 2009 a 2010 para tirar do papel uma política de desmatamento zero na sua compra de gado", relembra Márcio Nappo, Diretor de Sustentabilidade da JBS. Para fazer cumprir o acordo, era preciso rastrear os fornecedores. Descobrir onde estavam, de onde vinham seus bois e saber se eram legalizados. À época, os frigoríficos não estavam organizados para fazer isto. "Eles tinham o cadastro comercial das fazendas. O comprador de boi era o cara que tinha um relacionamento com o pessoal no campo e só quem sabia onde estava a fazenda era o caminhoneiro que ia até ela. E nem sempre o caminhoneiro era da empresa, então esse conhecimento estava completamente disperso na cadeia", conta Breno Félix.

A demanda alta por serviço de monitoramento, segundo revela a Agrottools, é um indicativo de que a gestão de risco chegou ao agronegócio brasileiro. Breno conta que a empresa recebe diariamente cerca de 100 pedidos para identificação de imóveis. "A realidade fundiária do Brasil é que a gente não conhece as peças do quebra-cabeça. Nós aqui temos uma visão muito clara desta desordem territorial", diz. Por isso, quando questionado, Breno não titubeia em dizer que se a empresa sabe hoje mais do território amazônico do que o próprio governo.

## **O valor de um bife verde**

Para Márcio Nappo, o principal desafio de tornar sustentável o negócio está nas próprias características da cadeia da pecuária. "É, de todas, a mais complexa, sob o ponto de vista comercial e de outras agendas importantes como questões sanitárias, bem-estar animal e sustentabilidade", diz. "A gente tem cerca de 70 mil fornecedores de gado na nossa carteira, dos quais 40 mil estão na região amazônica. Todo dia temos que comprar milhares de cabeças de gado no mercado de *commodity* pura, guiado por preço". Como a compra é diária, a checagem

também precisa ser. "A gente atualiza o estado socioambiental de todos os nossos 70 mil fornecedores brasileiros diariamente. Aqueles que tiverem alguma não conformidade, a área de sustentabilidade da JBS bloqueia o cadastro comercial", diz Nappo.

Todo este esforço não se converte em lucratividade para a empresa. "A gente não vê uma sinalização do mercado de pagar mais pela sustentabilidade. Eu brinco: Um bife com trabalho escravo tem o mesmo sabor de um bife sustentável. Esses atributos - desmatamento e trabalho escravo - são do sistema de produção e não do gado em si. Carne de valor se dá pelo que é tangível ao consumidor", diz Nappo. Em comum, Marfrig e JBS criticam também o efeito de concorrência desleal que o acordo lhes rendeu. Como nem todos os frigoríficos atuando na Amazônia assinaram compromissos de monitoramento, a compra de gado de fazendas ilegais não foi interrompida. "A gente tem que ter uma regra comum. Quer dizer, se nós não podemos comprar o gado, então que ninguém compre, porque se não fica uma guerra", critica Mathias Almeida, diretor de Sustentabilidade da Marfrig. Queixa recorrente também diz respeito aos outros elos da cadeia. "A ilegalidade só se viabiliza porque tem um supermercado que compra a carne dos frigoríficos sem fazer qualquer tipo de questionamento ou verificação sobre a origem e procedência do produto", lembra Nappo.

### **"Carne ao molho madeira"**

"Há dificuldades ainda sem  
solução para se rastrear  
com sucesso todos os elos  
da cadeia. Entre eles está  
o monitoramento de  
fornecedores indiretos -  
fazendas de criação de  
bezerros, por exemplo"

"Até o final de 2017 nós vamos garantir que 100% da carne brasileira vendida pelo Wal-Mart será monitorada", diz Tatiana Trevisan, gerente de Sustentabilidade do Wal-Mart Brasil. O supermercado figura hoje na lista dos bons amigos do Greenpeace. Mas esta história, claro, nem sempre foi assim. Desde final de 2015 as grandes cadeias de supermercados entraram na mira da ONG. O segundo relatório da saga, ["Carne ao Molho Madeira"](#), denuncia os grandes do varejo por compactuarem com o crime de comprar carne sem saber dar nome aos bois.

No que diz respeito à Amazônia, o Wal-Mart garante confiabilidade no seu monitoramento. A empresa também precisou reconfigurar seu negócio para atender aos requisitos impostos pelo Greenpeace. Entrou em cena, de novo, a Agrottools, que hoje monitora mais de 75 mil fazendas para o banco de dados do supermercado. "Temos recebido demandas do Walmart internacional, nos Estados Unidos, para entender melhor como implantamos esse sistema e como podemos levar isso para outras *commodities*", diz Trevisan. Além do Wal-Mart, Pão-de-Açúcar e, mais recentemente, o Carrefour também aderiu ao compromisso de monitorar e excluir fornecedores com problemas de sua lista. Novamente, lá esteve ela, a Agrottools.

O lançamento da [Plataforma de Pecuária Sustentável, do Grupo Carrefour](#), deu o tom da importância estratégica do monitoramento e da rastreabilidade da cadeia. O evento aconteceu no final de agosto, na sede do governo de Mato Grosso, o Palácio Paiaguás, em Cuiabá, e teve as presenças do Governador de Mato Grosso, Pedro Taques e do Ministro do Meio Ambiente, Sarney Filho. A mensagem era de total alinhamento entre a nova política de compras do segundo maior varejista de alimentos do Brasil e o governo do Estado do Mato Grosso, maior produtor de carne bovina do país. Recentemente, em evento nos Estados Unidos, o Ministro da Agricultura e Pecuária [Blairo Maggi também citou a rastreabilidade da produção como um dos grandes atrativos para investimentos estrangeiros](#) na pecuária brasileira.

## **Boi de piranha**

A trajetória da carne - de vilã a exemplo internacional de sustentabilidade - é controversa e permeada por conflitos no campo e nas ideias. "A gente sabe que a pecuária é usada como um mecanismo de especulação fundiária na Amazônia", diz Adriana Charoux. Do lado da indústria, Fernando Sampaio concorda: "A pecuária não é a causa do desmatamento, sim uma desculpa. A especulação que existe na fronteira agrícola é imobiliária, o boi está ali para ocupar aquele espaço".

Adriana, no entanto, lembra que há ainda muita falta de controle na cadeia que hoje se anuncia verde. "Rebanhos são autodeclarados. Então, como os bois andam, os bois também voam e desaparecem. É isto que acontece no campo", diz. [Há dificuldades ainda sem solução para se rastrear com sucesso todos os elos da cadeia](#). Entre eles está o monitoramento de fornecedores indiretos - fazendas de criação de bezerros, por exemplo. Estas vendem para as propriedades de engorda, que por sua vez chegam aos frigoríficos.

Adriana Charoux também acredita que é o caos fundiário do país e a ilegalidade de muitos que contribui para fazer da pecuária uma vilã. "É por isso que as políticas públicas são fundamentais. Não há acordo de mercado que vá substituir o papel do governo. Ele precisa fazer muito mais", cobra a representante do Greenpeace.

## **Leia também**

<http://www.oeco.org.br/reportagens/o-procurador-que-lacou-o-desmatamento/>

<http://www.oeco.org.br/reportagens/onde-cabe-um-boi-opa-cabem-tres-ou-quatro/>

<http://www.oeco.org.br/reportagens/marcelandia-dividindo-frustracoes-com-o-ibama/>