ABRE ASPAS: CARLOS VIACAVA

Associação dos Criadores de Nelore do Brasil (ACNB) prepara uma campanha pouco comum no Brasil. Trata-se de valorizar e difundir o consumo de carne bovina da raça nelore, o que significa nada menos que mais da metade do rebanho brasileiro. É tarefa das mais difíceis, reconhece o presidente da ACNB, Carlos Viacava. "Temos a nosso favor uma raça excepcional, que é a nelore. Temos uma pecuária enorme, com quase 100 milhões de animais da raça. O desafio é grande mas temos condições de enfrentá-lo."

A campanha será dirigida ao consumidor urbano, mas pretende contemplar também toda a cadeia produtiva da carne, do produtor até a dona-de-casa. O criador será objeto de atenção especial. A campanha procurará conscientizá-lo da importância da tipificação de carcaças, dos cuidados básicos, como vacinação e uso de suplementos de origem mineral e vegetal, evitando sob qualquer hipótese riscos com relação à doença da vaca louca.

Viacava concedeu esta entrevista a AGROANALYSIS *no auge da crise entre Brasil e Canadá, provocada pelo embargo às exportações brasileiras de carne. O episódio afeta a imagem do Brasil no comércio. Os danos só não são maiores porque, segundo ele, ficou evidente que o embargo canadense não se justifica tecnicamente: "é uma clara retaliação à questão das aeronaves", justifica, referindo-se à questão da concorrência entre a Embraer e a Bombardier. A luta no mercado internacional é duríssima e a conquista de pequenas fatias de mercado exige empenho e seriedade, virtudes que não faltam aos criadores brasileiros de gado nelore.*

Carne com 'pedigree'

Criadores querem fazer da carne de nelore padrão de mercado

Quais são as linhas gerais do plano de marketing da Associação para a valorização da carne de nelore?

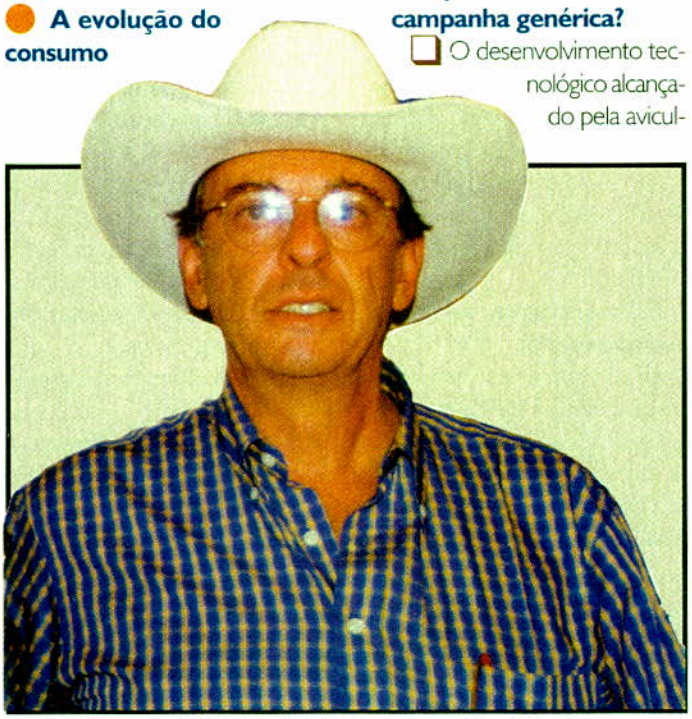
Nossa estratégia contempla a conscientização do produtor brasileiro quanto à perfeita adaptabilidade da raça nelore às condições de solo e clima. O conceito a ser difundido é o do boi de capim, criado a pasto; em confinamento, somente em alguns casos de acabamento.

A padronização das carcaças, entre 16 e 19 arrobas, também será objeto de conscientização do criador, além de cuidados básicos no processo de vacinação e na adoção de suplementos de origem mineral e vegetal, evitando sob qualquer hipótese riscos com relação à doença da vaca louca. Quanto ao consumidor final pretendemos difundir os diferenciais da carne nelore, que é uma carne magra, o que levou ao *slogan* *"Nelore best beef*: baixo teor de gordura, alto teor de sabor".

A evolução do consumo

de carne vermelha perde feio para a de outras carnes. Por que não fazer uma campanha genérica?

O desenvolvimento tecnológico alcançado pela avicultura e suinocultura, nos últimos anos, trouxe como conseqüência o aumento da produção e da oferta, que resultou na queda de preço no varejo e possibilitou o maior acesso ao consumo. Só que a carne bovina é a preferida da população brasileira. Por isso o foco de nossa atuação não seria o aumento de consumo, e sim a busca de maior oferta de carne com qualidade superior. Para se ter uma idéia da expressão da carne nelore na mesa do brasileiro basta observar que 80% do rebanho de corte do país, que é o maior do mundo, é nelore, e 91% da produção é consumida no mercado interno.



Viacava: 80% do rebanho de corte no Brasil é nelore

Qual é o público-alvo da campanha?

Nossa campanha visa atingir desde o produtor até a dona-de-casa. Ao esclarecer o campo quanto às técnicas para obter o melhor

resultado, estamos oferecendo ao consumidor final a oportunidade de encontrar mais facilmente um produto que atenda a suas expectativas de procedência segura, higiene de processamento e vantagens sensoriais, que serão amplamente perseguidas e divulgadas.

Quais as vantagens da carne de nelore, do ponto de vista do consumidor?

As vantagens se traduzem na certeza de estar consumindo um alimento seguro, com baixo teor de colesterol e de melhor sabor.

Haverá diferenciação de preço ou o objetivo da campanha é a ampliação do consumo?

Todo o processo requer investimentos, desde os estudos científicos e sua propagação entre a classe produtora até o processo de classificação e conservação, sem falar nos custos de certificação e promoção. Assim, esperamos que o mercado reconheça e recompense a diferenciação substancial oferecida pelo produto final.

A campanha privilegiará determinados pontos-de-venda?

A longo prazo pretendemos alcançar todos os pontos-de-venda, incluindo supermercados, açougues e restaurantes. Pretendemos que a marca nelore seja oferecida a toda população, garantindo a qualidade dos cortes de dianteiro e até do charque. Um boi não é só picanha e contrafilé. E se o boi é bom, criado com saúde e bem abatido, toda a sua carne será de boa qualidade. Só teremos que ensinar a preparar pelo método de cozimento mais adequado a cada parte da carcaça.

Que ações estão planejadas no plano de marketing?

Continuaremos a promover o concurso de carcaças, dias de campo e participação em todos os eventos expressivos da pecuária, para continuar a difundir nosso projeto entre os criadores. Pretendemos também começar a apresentar a carne nelore para o consumidor, que é o alvo final do programa.

Está planejado um desfile de nelores na praia de Ipanema, não?

A idéia é promover um desfile em Ipanema e promover a degustação da carne nelore em diversos restaurantes da cidade.

Quais serão as mídias usadas?

Não se pode atingir a dona-de-casa sem televisão, mídia impressa e *outdoors*.

Qual o orçamento da campanha?

Para o lançamento em uma cidade importante, como São Paulo ou Rio de Janeiro, seriam necessários pelo menos US$1 milhão.

Não é muita ousadia tentar transformar uma *commodity* em produto de raça?

Acredito que sim. Temos a nosso favor uma raça excepcional, que é a nelore. Temos uma pecuária enorme, com quase 100 milhões de animais da raça. O desafio é grande, mas existem condições para enfrentá-lo.

Há iniciativas semelhantes no mundo?

Na Europa há inúmeros casos. E a tendência é de aumento. Existe na França, por exemplo a raça normande, como na Itália, chianina ou piemontês. Nos Estados Unidos, o *aberdeen*.

Quem são os componentes da Associação?

Criadores de nelore de todo o Brasil, porém em número bastante modesto. São apenas 800 sócios. Isso se explica porque a adesão à ACNB é voluntária. Não dispomos do poder do registro genealógico, que obrigaria os criadores a se associarem. Esperamos reunir mais participantes através de sua integração ao projeto Carne Nelore com Certificado de Origem.

Quais os principais serviços que a Associação presta a seus associados?

A divulgação da raça, a realização de simpósios. Hoje temos uma associação com a Faculdade de Medicina de Ribeirão Preto para o melhoramento genético. Realizamos também o acompanhamento de todas as exposições, através do *ranking* da ACNB. Promovemos concursos de carcaças, buscando definir o melhor acabamento do ponto de vista do consumidor. Também os Leilões Só Nelore, de gado de corte para recria e engorda.

O conflito com o Canadá chamou a atenção do público para a doença da vaca louca. Que providências governamentais são necessárias? E o criador, como deve agir?

A BSE é uma doença terrível, que vai preocupar a humanidade nas próximas décadas. Precisamos nos modernizar e aperfeiçoar ao máximo nosso sistema de inspeção e vigilância sanitárias. Se pretendemos exportar alimentos para o primeiro mundo, temos que contar com um sistema sanitário de primeiro mundo.

O Brasil tem tudo para garantir segurança quanto à vaca louca: nosso gado não se alimenta de rações de origem animal, causa fundamental do surgimento da doença. É o boi de capim, o boi ecológico, de carne saudável. Temos que nos sujeitar às normas internacionais, prestando as informações necessárias e mantendo um serviço impecável de defesa sanitária. E isso é obrigação e responsabilidade do governo e do setor privado.

Infelizmente assistimos a ações na contramão do progresso, como a recente denúncia do convênio do Fundepec, órgão dos produtores paulistas, pela Secretaria da Agricultura de São Paulo. Nem mesmo a aftosa é um problema resolvido no Brasil, e como ela muitas outras doenças, em menor escala, preocupam o consumidor.

Precisamos modificar a legislação atual para conferir poderes aos órgãos federais para interferir nos estados e aos estados para interferir nos municípios. Os órgãos federais precisam ter poder de polícia sanitária em todo o território nacional e os critérios técnicos precisam ser uniformizados, para facilitar as ações de inspeção e defesa, e investir em recursos humanos de nível técnico e científico para ficarmos à altura dos competentes serviços existentes em outros países.

Qual seria a estratégia mundial mais adequada ao combate da doença?

Embora o risco de transmissão via parto seja pequeno, ele existe. Os animais doentes, que venham a apresentar problemas neurológicos, devem ser abatidos para exame do tecido nervoso central, e incinerados.

A causa maior do problema nos países muito desenvolvidos da Europa e América do Norte reside no excesso de confinamento e na alimentação de rações de origem animal, que deve ser absolutamente proibida. Nem os mais renomados cientistas e pesquisadores conseguem no momento dominar todos os aspectos dessa doença. Vamos aguardar novas recomendações e por enquanto seguir as recomendações já formuladas. Enquanto isso, deveríamos criar aqui uma comissão de alto nível para monitorar tudo que acontece no mundo e aqui no país no que tange à BSE.