

## Aquicultura

# Todo dia é dia de peixe

A SECRETARIA Especial de Aquicultura e Pesca, durante a quarta edição da Semana do Peixe, entre 17 e 22 de setembro, em parceria com a Associação Brasileira de Supermercados (Abas), lançou campanha para estimular o consumo de pescado no Brasil, bem abaixo da média mundial.

O consumo de pescados no Brasil é muito regionalizado. A região amazônica apresenta o maior consumo *per capita*, acima de 30 kg/hab/ano. Nas cidades de Brasília, do Rio de Janeiro e de São Paulo, e no estado de Santa Catarina, o consumo é também mais elevado, estando em torno de 20 kg/hab/ano. Esses números contrastam com os de estados como Minas Gerais, Piauí e Tocantins, onde o consumo médio da população não chega a 5 kg/hab/ano. Também observa-se que o consumo de pescado nos estados de menor renda *per capita* aproxima-se da sua produção *per capita* não havendo assim grande entrada de pescados nestes estados.

A principal razão do baixo consumo dessa proteína animal no País, além da falta de costume e de informações, é o seu elevado preço quando comparado a suas substitutas próximas, quais sejam: a carne

bovina, a suína e a de aves. Há uma grande carência de instrumentos de *marketing* e difusão de informações sobre o produto e a indústria, além de a produção nacional ser muito aquém de suas possibilidades.

Há descontinuidade entre captura e venda da produção devido à desorganização estrutural do setor. A comercialização é o elo mais complexo da cadeia produtiva, pois aí o preço pode sofrer acréscimo “astronômico” até o produto chegar ao consumidor final. A melhor organização da comercialização, com a redução ou eliminação da intermediação, irá beneficiar os produtores com melhores cotações para os seus produtos, garantir preços mais acessíveis aos consumidores, melhorar sobremaneira a qualidade do pescado ofertado.

Um fato importante constitui os investimentos no entreposto de comercialização de pescado em São Paulo, o maior da América Latina, e também em mercados de peixe. A expectativa é que a Ceagesp chegue ao fim de 2007 com seu setor de pescado totalmente reformado e modernizado.

Com R\$ 2,5 milhões investidos pela Seap e pela Ceagesp, devem ser implantados um setor de inspeção primária, com capacidade de inspecionar até dez toneladas de pescados por hora, fábrica de gelo para 80 toneladas/dia, central de filetagem, câmara de coleta de resíduos e um prédio-sede do Serviço de Inspeção Federal (SIF). A obra prevê ainda a melhoria das atuais instalações, com recuperação da pavimentação asfáltica do pátio interno e reforma da estrutura metálica do pátio central.

Como há uma enorme carência de instrumentos de *marketing* e de difusão de informações sobre o produto e a indús-

tria, uma das possibilidades de incremento no consumo é a maior atenção com a imagem do produto, vinculando-a aos benefícios à saúde. Um artigo publicado pela Escola de Saúde Pública da Universidade de Harvard, replicado recentemente pela Associação Brasileira de Criadores de Camarão (ABCC), mostra que o consumo de uma ou duas porções por semana de pescado reduz o risco de morte por doenças coronarianas em 36%.

Além disso, os pesquisadores concluíram que o ácido ômega-3 encontrado no pescado pode ajudar o desenvolvimento neurológico e o fortalecimento do tecido cerebral em crianças. Outro estudo da Academia Nacional de Ciências dos Estados Unidos mostrou que o pescado é uma excelente fonte de proteínas de alta qualidade, com baixos índices de gordura saturada e rica em nutrientes.

Um bom paradigma a ser seguido pelo Brasil vem da Espanha, onde o consumo anual é de 45 kg *per capita*. No país ibérico, o Fundo de Regulação e Organização do Mercado dos Produtos da Pesca e Cultivos Marinhos (From) foi criado por lei em 1980 e responde ao ministério espanhol de Agricultura, Pesca e Alimentação. O From tem a incumbência de elaborar e desenvolver ações que promovam o consumo de pescado, oferecendo suporte financeiro e técnico a associações, cooperativas e demais empresas do setor. Para tanto, o órgão promove diversas ações, como peças publicitárias, pesquisas nacionais e outras campanhas para assegurar os altos níveis de consumo.

Outro exemplo ocorre no México. Formado em 2003, o Conselho Mexicano de Promoção de Produtos Pesqueiros e Aquícolas (Comepesca) trabalha com uma meta fixa de aumentar o consumo para 12 kg *per capita* ao ano. Composto por empresários do setor, a entidade enfrenta um desafio, já que, nos últimos 12 anos, o consumo de pescado e mariscos naquele país caiu de 12 kg para 6 kg/pessoa/ano. Para cumprir a meta, o conselho investe na campanha Coma Pescados, Camarões e Mariscos de Qualidade, que incluiu a criação de um personagem, o Sr. Pescado. ■

## Consumo *per capita* anual das principais proteínas de origem animal (kg/hab)

Carne	Brasil	Mundo
Pescado	6,8	15,6
Bovinos	37,1	7,8
Suínos	12,6	14,1
Aves	31,2	7,4

Fonte: FAO