



Rotulagem leva Informação sobre Pescado a Consumidor...



Através da rotulagem, consumidor rastreia peixes

Etiquetas inteligentes foram usadas para rastrear tilápias e beijupiras através de telefones celulares

Cientistas da Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq), da USP em Piracicaba, desenvolveram um produto com o pescado da tilápia, cuja rotulagem eletrônica permite o acesso às principais informações da cadeia produtiva e que são pertinentes ao consumidor. A partir de um levantamento sobre o consumo de pescado, a pesquisadora Érika da Silva Maciel verificou sua relação com a saúde e com a qualidade de vida e observou qual a perspectiva do consumidor quanto ao pescado rastreado.

O projeto teve participação de 1.966 voluntários dos sete campi da USP. “A pesquisa no ambiente universitário permitiu relacionar o consumo do pescado com a qualidade de vida de docentes, funcionários e estudantes”, diz Erika. O estudo priorizou inicialmente a tilápia, pescado cultivado de água doce de maior produção em todo o mundo, seguindo com o beijupirá, espécie marinha.

Segundo Érika, no rastreamento foram utilizadas etiquetas inteligentes, com código 2D, que possuem código de barras de fácil escaneamento feito com qualquer celular moderno e que é convertido em um pedaço de texto e ou link que o aparelho identifica. “Essa tecnologia, além de dar acesso às principais informações da cadeia de produção que interessam ao consumidor, facilita a identificação e acesso ao sistema de rastreabilidade, garantindo a qualidade do produto na sua comercialização”, aponta.

Como a pesquisa manteve o foco principal na perspectiva do consumidor final, foi identificado o perfil do consumidor universitário com um questionário de qualidade de vida (WHOQOL-bref) e do nível de atividade física (IPAQ), ambos da Organização Mundial da Saúde (OMS). Dentre vários resultados, destaca-se que a rotulagem eletrônica para o pescado minimamente processado e rastreado foi eficiente, rápida e segura quanto ao acesso às informações da cadeia.

Consumidor

As principais características que interferem na hora da compra são a coloração, textura, preço,

embalagem e ausência de “espinhos”. Apenas 35,6% dos entrevistados consomem 100 gramas (g) e 200 g de pescado por semana (suficiente segundo a recomendação de consumo). Desses, 60,9% apresentaram estado nutricional na faixa de normalidade e 74,3% indicaram ser ativos fisicamente, sendo a maioria mulheres (59,3%), alunas de graduação (42,7%) do campus de São Paulo.

A maioria também considera a iniciativa de disponibilizar o pescado rastreado boa (31,63%) ou muito boa (41,6%). Érika explica que, com esses dados, é possível dar suporte para implementação de políticas de incentivo ao consumo do pescado, já que essas tecnologias são gratuitas e acessíveis em qualquer lugar.

“Para o produtor, é possível ter acesso à uma tecnologia inovadora no quesito rotulagem eletrônica e, também, compreender e atender às expectativas do consumidor na hora da compra e consumo do pescado”, destaca a pesquisadora. “Com o perfil traçado do público universitário fica mais fácil implementar programas de qualidade de vida e promoção da saúde, voltadas especificamente a esses consumidores”.