

Panorama da **AQUICULTURA**

BIJUPIRÁ

Os bons resultados
em viveiro de terra

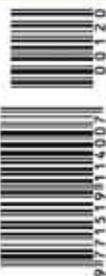
PANGA

Um peixe bom de
cultivo e de polêmica

PEIXE PALHAÇO

**AQUICULTURA PODE
ATENDER À DEMANDA**

ISSN 1519-1141



Tilápia em tanques-rede: o que pode impactar o custo de produção • Sanidade Aquícola: a investigação de doenças de peixes nativos • Entrevista: Henrique Figueiredo • Tem peixe cultivado na gastronomia brasileira • Estatística da Pesca e Aquicultura 2008/2009 • MPA exige Análise de Risco para pescado importado da aquicultura • Aquicultores capixabas recebem licenças ambientais e outorgas.

TEM PEIXE CULTIVADO NA GASTRONOMIA BRASILEIRA

Profissionais criativos podem gerar receitas e receitas



Por:

João L. Campos, M.Sc. em Aquicultura,
Acqua Imagem Serviços Ltda.
e-mail: joaocampos@acquaimagem.com.br

De 30 de julho a 01 de agosto aconteceu no Hotel Hyatt em São Paulo, a terceira edição do “Paladar – Cozinha do Brasil”, um dos principais eventos gastronômicos do país, destinado a promover e divulgar a cozinha brasileira, seus ingredientes, técnicas, tradições e perspectivas de futuro, mostrada através de workshops, palestras e degustações ministradas por profissionais mundialmente conhecidos. Este ano participaram do encontro mais de 30 chefs, entre os mais renomados do Brasil, e mais de 20 especialistas, tais como produtores, enólogos, jornalistas, etc. O evento, voltado principalmente a profissionais que atuam no ramo, como donos de restaurante, chefs e gourmets, recebeu para almoços e jantares especiais, também uma plateia composta por importantes críticos e escritores de gastronomia.

Dentre as várias atrações deste ano, o “Paladar – Cozinha do Brasil” realizou o workshop sobre peixes cultivados “Na onda do rio tem peixe”, ministrado pelos chefs Ana Luiza Trajano e Rodrigo Oliveira, respectivamente dos restaurantes “Brasil a Gosto” e “Mocotó”, dois expoentes da moderna cozinha brasileira localizados em São Paulo. A proposta do workshop era mostrar as diferenças entre os peixes de rio e os cultivados, e levantar a discussão em torno das características de um e de outro, além de apresentar os peixes inteiros e ensinar modos de preparo. Como pesquisa para o evento, os chefs foram visitar as instalações da empresa Mar & Terra no Mato Grosso do Sul, de onde trouxeram os peixes apresentados.

Peixe cultivado x Pesca

A comparação feita pelos chefs entre os produtos oriundos da pesca e os peixes cultivados mostra que o produto, quando bem cultivado, é preferido. Segundo o chef Rodrigo Oliveira, “segurança no fornecimento, padronização do tamanho, qualidade da carne, melhor logística e segurança na procedência do alimento, fazem do pescado cultivado um produto imbatível na escolha, pois esses atributos são inexistentes nos produtos da pesca disponíveis para consumo no Brasil”. O chef enfatiza que foram justamente estes atributos que fizeram com que pescados, antes não servidos em seu restaurante, entrassem recentemente no menu.



Foto 1: Equipe da empresa Mar & Terra e os chefs Rodrigo Oliveira e Ana Luiza Trajano junto aos peixes de cultivo e seus cortes apresentados no evento Paladar – Cozinha do Brasil, realizado em 30/07/2010 em São Paulo, SP

Infelizmente essa opinião ainda não é uma unanimidade e há ainda, por parte de alguns cozinheiros e gourmets, um certo apego ao tempo em que havia abundância de peixes nos rios, semelhante ao saudosismo dos que continuam afirmando que “galinha caipira é que é bom”. No entanto, a visão geral apresentada pelos novos profissionais da culinária brasileira é que o produto cultivado tem o mesmo valor nutritivo e bom paladar e que, devido aos atributos mencionados anteriormente, acaba por ser considerado um produto superior e mais interessante para o restaurante. Durante o evento vários pratos foram preparados com os peixes cultivados, sendo totalmente aprovados pelos participantes que tiveram a oportunidade de experimentá-los.

Outro ponto importante enfatizado pelos chefs sobre a preferência pelo pescado cultivado foi que além de trabalharem com produtos de altíssimo frescor, as empresas processadoras facilitam muito a rotina dos restaurantes, ao apresentarem os produtos já processados, porcionados ou semi-porcionados. Isto é fator importante na escolha, uma vez que as cozinhas dos restaurantes estão cada dia menores e trabalhando com menos funcionários, já que os estabelecimentos têm dedicado na sua arquitetura funcional mais espaço ao salão das refeições, que é o ambiente gerador de receita. Dessa forma, é possível imaginar que nem todo restaurante tenha estrutura suficiente para armazenar ou processar peixes inteiros, tal como um pirarucu de 15 quilos.

Uma grata surpresa durante o evento foi perceber que atualmente os chefs já entendem algumas das dificuldades do nosso setor. Temas como a pequena escala de produção e a dificuldade em estabelecer boas logísticas de distribuição, motivaram um apelo à plateia para que consumissem cada vez mais o peixe cultivado, já que uma maior demanda pelo produto possibilitará uma maior oferta, melhor logística e até, eventualmente, uma redução do preço.

Algumas opiniões dos chefs sobre os peixes cultivados apresentados:

Pacu/Tambaqui: Os chefs de cozinha consideram a “costela” como um corte extremamente nobre. É o “carré” do peixe, segundo

eles. Sendo assim, o ideal é que o peixe seja oferecido para os restaurantes com um peso de ao menos 2,0 kg, para que possam conseguir uma “costela” maior. Para os chefs não é fácil distinguir o pacu e o tambaqui de seus híbridos. Isso ficou evidente quando um tambacu foi apresentado à plateia como sendo um pacu.

Pintado/Surubim: Considerado um peixe excelente e de muita versatilidade no preparo. Porém, os chefs fizeram uma ressalva quanto ao tamanho, pois gostariam de receber peixes maiores que os habitualmente oferecidos, com um peso ao redor de 1,5 kg. Os chefs afirmaram, porém, que se o tamanho padrão do pintado/surubim for este, é possível que os restaurantes se adaptem à essa realidade.

Pirarucu: A qualidade da carne do pirarucu cultivado foi exaltada. Foi um dos peixes mais comentados no evento, especialmente em função de ser ainda uma novidade na culinária e por seu grande apelo exótico. Segundo a chef Ana Luiza Trajano o peso ideal do pirarucu para se trabalhar em um restaurante se situa entre 12 e 15 kg. “Um peixe com menos de 12 quilos proporcionaria baixo rendimento de carne e, acima deste peso a carne ficaria muito fibrosa”, disse Ana Luiza.

Tilápia: O nome “tilápia” ainda carrega certa carga negativa, assim como a variedade nilótica, de cor “preta”, sendo mencionado que o peixe que é servido em um dos restaurantes é a “tilápia rosa” ou Saint Peter, e não a variedade “preta” exposta no evento. Há preconceito, e cabe aos produtores e processadores montar uma estratégia de marketing junto a estes profissionais formadores de opinião, para esclarecer e provar que a tilápia nilótica é tão saborosa quanto a vermelha. Afinal, a quem interessa continuar criando um peixe que cresce mais lentamente e muitas vezes com pior conversão alimentar?

Lições para o setor

Não tenho dúvidas de que a participação de empresas do setor em eventos como este pode gerar interesse e multiplicar opiniões favoráveis sobre os produtos cultivados, em um mercado extremamente interessante e vital para o desenvolvimento da aquicultura brasileira, uma vez que chefs e gourmets são formadores de opinião cada vez mais valorizados em nossa sociedade. O que o cliente come e aprova no restaurante hoje, amanhã é comprado por ele. Uma boa opinião emitida por um profissional renomado tem poder para abrir mercados e facilitar o desenvolvimento de novos produtos. Para que o setor aquícola como um todo se beneficie com parcerias com o setor de gastronomia alguns pontos importantes devem ser observados:

1 - Fazer a lição de casa

Os chefs ficaram muito bem impressionados pelas instalações top de linha da empresa Mar & Terra, assim como utilizaram no evento (e em seus restaurantes) peixes bem criados e processados nos mais altos padrões de qualidade. Sabemos que temos muito ainda o que fazer para que todo o setor produza peixes padronizados de excelente sabor e de maneira sustentável. O tema “off-flavor” não

foi mencionado pelos chefs durante o workshop (e não seria eu a levantar o assunto...), mas em conversas com outro chef participante, ouvi reclamações sobre o “gosto de barro” encontrado em filés de tilápia. Segundo ele, o “off-flavor” foi responsável pela retirada do produto do menu do seu restaurante. É difícil dimensionar o quanto isto repercute de maneira extremamente negativa para toda a nossa cadeia produtiva.

Sustentabilidade e segurança do alimento também são pontos muito importantes, na verdade fundamentais, quando se trata de desenvolver parcerias com o setor de gastronomia. Hoje não adianta simplesmente dizer que o produto é verde, pois chefs e gourmets estão bem treinados e antenados neste assunto e sabem identificar produtores e empresas realmente sérias.

2 - Fazer parcerias com o setor de gastronomia

É muito importante para o desenvolvimento de todo o setor aquícola que cada vez mais as empresas produtoras e processadoras passem a interagir com este público. Em quase todos os estudos e pesquisas de mercado elaborados pela Acqua Imagem pudemos observar um alto grau de insatisfação do setor de gastronomia com a qualidade do pescado existente no mercado brasileiro. Qualidade neste caso abrange todos os atributos do pescado, desde padronização, constância de fornecimento, etc. até o seu sabor e ausência de contaminações. Esta busca pela qualidade pode fazer de chefs e outros atores do setor da gastronomia grandes aliados no desenvolvimento de mercados e novos produtos da aquicultura. Afinal, o setor de gastronomia está sempre em busca de novidades e genuinamente interessado em desenvolver bons produtos. Temos que demonstrar que podemos ser a resposta dos problemas deles. Produzir é a parte mais fácil do nosso negócio, valorizar e vender bem os produtos da aquicultura é o grande desafio e este tipo de parceria é um passo nesta direção.

3 - Subprodutos

Um dos pontos mais interessantes do evento foi quando o chef Rodrigo Oliveira mostrou com grande entusiasmo a “asinha” do pintado (na verdade, a nadadeira pélvica), para ele um produto radicalmente novo. A “asinha” é normalmente retirada durante a filetagem, sendo muitas vezes descartada como resíduo. Quem tem experiência com o processamento do pintado muito provavelmente anteviu que esta parte do peixe poderia eventualmente ser um produto comercial. Porém, sem uma demanda pré existente é muito difícil colocar este tipo de produto no mercado. Curiosamente, bastou que um chef renomado mencionasse a sua existência elogiando o produto, para que várias pessoas da plateia perguntassem onde é que poderiam encontrá-lo.

O mesmo se deu com os subprodutos do processamento de tilápia (costelas e barriguinha), que geraram bastante interesse dos participantes. Estes produtos nas mãos de profissionais criativos sem dúvida proporcionarão novos usos, receitas e receita\$. Uma sugestão deste autor é fornecer estes produtos aos inúmeros bares que participam do concurso anual de “Comida di Buteco” em Belo Horizonte/MG e mais 10 cidades brasileiras. Esse evento é de grande repercussão no setor de bares em todo o Brasil.



Foto 2:

A: Filés com e sem pele e asinha de pintados crus

B: Asinhas preparadas na forma de aperitivo – um grande sucesso!



Foto 3: Filé, barriguinha e costela de tilápia. Produtos de qualidade e com constância de fornecimento aliados a chefs criativos podem gerar novas receitas e a criação de novos mercados

4 - União do setor

Para terminar vai novamente um velho apelo: com uma maior união e trabalho em associação dentro do setor da aquicultura, tudo seria muito mais fácil. O trabalho realizado pela Mar & Terra no evento foi louvável pois, além da empresa, acaba beneficiando todo o setor. Mas o alcance de uma empresa, mesmo de grande porte, é sempre limitado. Imaginem o que não seria possível se houvesse um trabalho organizado de uma associação atuante das empresas processadoras? Uma associação deste tipo teria muita facilidade em arrecadar recursos (MPA, APEX e outros), fazer parcerias com chefs, desenvolver alternativas de mercado, etc., além de ser uma voz importante do setor na implementação de padrões de qualidade e também permitir a participação das pequenas empresas em ações de destaque. Um dia chegaremos lá! ■