

Guia de Consumo Responsável de Pescados - Unimonte¹

Diego Augusto de Rapozo e RIGHI²
Prof^a orientadora Ms. Renata ALCALDE³
Universidade Monte Serrat, Santos, SP



RESUMO

Um grupo de alunos dos cursos de Oceanografia e de Ciências Biológicas/ Biologia Marinha, orientados pelos professores Carolina Bertozzi e Alessandro Athiê, promoveu o levantamento das espécies marinhas livres de extinção e aquelas que correm o risco de sumir do mapa, enquanto que uma equipe de estudantes de Publicidade e Propaganda, coordenados pela professora Renata Alcalde, desenvolveu a logomarca para o projeto, definiu o formato ideal para a divulgação e a elaboração da peça visual.

PALAVRAS-CHAVE: Guia; sustentabilidade; consumo responsável; Unimonte.

1 INTRODUÇÃO

Alimentos originários do mar como sardinhas, siris, atuns, robalos, garoupas, mexilhões, lulas, camarões, entre inúmeros outros, são vistos com grande frequência nos pratos de moradores de toda a Baixada Santista. Nada mais comum, afinal trata-se uma região litorânea, presenteada pela existência da água salgada em suas costas. Tanto que o prato símbolo de Santos, por exemplo, é um peixe: a meca.

O consumo desenfreado dos últimos tempos e a pouca atenção dada pelo homem às benesses oferecidas por seus recursos naturais resultaram também na diminuição do número

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na categoria Publicidade e Propaganda, modalidade campanha publicitária (conjunto/série)

² Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso Propaganda e Marketing, e-mail: diegopmkt@gmail.com

³ Orientadora do Trabalho. Professora do Curso de Propaganda e Marketing, e-mail: renata.alcalde@unimonte.br



de vários tipos de pescados. Tanto que espécies como cação, lagosta, badejo e peixe-serra estão no caminho crítico para, em breve, sumirem do mapa marinho.

A preocupação em relação ao tema apareceu como o fio condutor para que a Unimonte, por meio dos esforços dos cursos de Oceanografia e de Ciências Biológicas/ Biologia Marinha, e Publicidade e Propaganda desenvolvessem uma iniciativa inédita não apenas na região, mas em todo o País.

2 OBJETIVO

Para ajudar os alunos, colaboradores, corpo docente e a sociedade em geral no que diz respeito à conscientização na escolha dos alimentos (pescado) que consome, os alunos do curso de Publicidade e Propaganda da UNIMONTE/ANIMA Educação preparou este Guia de Consumo Responsável de Pescados, com uma lista dos tipos mais comumente consumidos, classificando-os em 4 (quatro) categorias que vão desde animais cujo consumo é livre, até outros que, como sugestão, não sejam consumidos de forma alguma.

3 JUSTIFICATIVA

Todos os dias, dezenas de espécies de pescados (peixes, crustáceos e moluscos) são capturadas para a alimentação humana e o comércio global. Em alguns casos, essa pesca acarreta danos ao meio ambiente ou está levando essas espécies à sobre pesca e à extinção. Sendo assim, a escolha consciente e responsável dos tipos de pescado que vamos consumir é o primeiro passo que podemos dar rumo a ações que visam combater a degradação de nosso planeta.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Este guia foi confeccionado com base em diversas listas de espécies ameaçadas, elaboradas por instituições nacionais e internacionais, tais como IBAMA/MMA, IUCN e Greenpeace, com a orientação de especialistas nas áreas de recursos pesqueiros e oceanografia, e pela experiência profissional prática de corpo docente da Instituição.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O primeiro passo foi a definição do formato. Consideramos alguns aspectos. Seria preciso que o consumidor, literalmente, “convivesse” com este guia “*full time*”; também precisávamos de um formato diferenciado, uma mídia alternativa que fugisse do



convencional desenvolvido para este segmento/tema. A linguagem também deveria ser clara e objetiva. Foi neste momento, que, com a ajuda intensa dos alunos do curso de Oceanografia deveríamos descobrir como os peixes de nome científico eram chamados popularmente por consumidores e pescadores.

Todos estes cuidados foram tomados e o formato decidido foi o *Pocket*, podendo ser considerado como uma mídia “de bolso”, algo portátil que facilitasse o desafio de mantê-lo com “seu portador”, no momento das compras ou idas aos restaurantes.

Aprovado o formato, passamos à elaboração do logotipo. Utilizamos uma fonte (myriad pro) limpa e leve. Embora o fundo do mar tenha como predominância a cor azul, optamos pela cor verde por remeter à sustentabilidade. A presença do tubarão deve-se ao seu caráter imponente e onipresente, e a onda denota, sutilmente, seu habitat.

As fotos do *background* unem elementos que tematizam o fundo do mar: conchas, areias e peixes.

Na parte interna, de forma lúdica, fizemos uma alusão a um semáforo, ícone mundial, de fácil entendimento como sinalizador do que poderia ou não ser consumido: verde (*Bom apetite*), amarelo (*Coma com Moderação*) e vermelho (*Evite*). Além das cores tradicionais, optamos pela inserção do preto (*Não, Obrigado*), denotando uma espécie de “luto” para pontuar o consumidor de que determinados pescados já estão em extinção.

6 CONSIDERAÇÕES

O Guia começou com a iniciativa de dois cursos (oceanografia e publicidade) e hoje está presente em todas as Instituições do Grupo Anima de Educação o qual a Unimonte faz parte. O resultado foi, num primeiro momento, a conscientização dos alunos envolvidos que se tornaram “disseminadores” e agentes ativos da proposta.

Deste projeto, novas idéias estão sendo implementadas provenientes de vários temas/cursos da UNIMONTE que podem contribuir para um planeta mais sustentável.

Alguns resultados expressivos na cidade de Santos:



30 restaurantes e bares impactados;

Mais de 3000 guias distribuídos;

19 empresários cadastraram-se para receber a equipe do curso de Gastronomia da UNIMONTE para sugestões e reformulação em seus cardápios.

Após uma divulgação inicial feita ainda no final do ano passado via Imprensa Unimonte, o Guia de Consumo Responsável de Pescados criado pela instituição iniciou seu processo de aparições seguidas na mídia como um todo.

Obtivemos aparições espontâneas no Jornal A Tribuna, jornal Metrôpole (São Vicente), entre outros diversos veículos da Baixada Santista, inclusive na Record Litoral, com uso da reportagem na Record News.

As últimas conquistas de expressão foram a aparição no site do Instituto Akatu, referência em questões ligadas à sustentabilidade; na Revista Vida Simples, da Editora Abril; e no jornal O Globo, do Rio de Janeiro; além da rádio Roquette Pinto, também do RJ e que pertence ao Governo carioca.

OBS: A maior curiosidade na elaboração deste Guia era descobrir se o prato principal do “cardápio santista”, a meca estaria na lista preta ou vermelha de animais ameaçados. Para sorte do município, a meca habita a ala verde do guia. Portanto, bom apetite!

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Fernando. **Os desafios da Sustentabilidade**. São Paulo: Campus Elsevier, 2007.

ALMEIDA, Fernando. **O Bom Negócio da Sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2005

Munari, Bruno. **Design e comunicação visual**. São Paulo: Livraria Martins Fontes, 1979.

CÉSAR, Newton. **Direção de Arte em Propaganda**. São Paulo: Futura, 2001.

ESCOBAR, H. (2006). **Raias e tubarões, novidades entre as espécies ameaçadas**. Jornal O Estado de S. Paulo, 5 de maio de 2006, pA21

LESSA, R. (2005). **“Plano de ações para a conservação e o manejo dos estoques de elasmobrânquios no Brasil”**, uma contribuição à sociedade brasileira. Elasmovisor 2005:4-5



LEITE, Strunck.Gilberto Luiz T. **Como criar identidade visual para marcas de sucesso.** 3° ed. Rio de Janeiro: Rio Books,

MONTEALEGRE-Quijano, S., Chaves, V., Vooren, C.M. & Soto, J.M.R. (2006). **Observações sobre a ocorrência, distribuição e abundância de tubarões Lamniformes no ambiente oceânico do sul do Brasil e águas internacionais adjacentes.** XVIII Semana Nacional de Oceanografia. 16-20 de outubro de 2006, Pontal do Paraná - PR

PEREIRA, Ricardo PageMaker, **300 superdicas de editoração, design e artes gráficas.** 5.ed. São Paulo: SENAC, [2005].

SBEEL (2005). **Plano nacional de ação para a conservação e o manejo dos estoques de peixes elasmobrânquios no Brasil.** Sociedade Brasileira para o Estudo de Elasmobrânquios. Recife, 100 p. (disponível em www.sbeel.org.br).