

**UFRRJ**

**INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS**

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS  
EM DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE**

**DISSERTAÇÃO DE MESTRADO**

**BACALHAU NO BRASIL:  
UM MERCADO SOB O IMPACTO DA GLOBALIZAÇÃO**

**Anna Rosa Maria Lopane**

**2014**



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS**

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS EM  
DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE**

**BACALHAU NO BRASIL:  
UM MERCADO SOB O IMPACTO DA GLOBALIZAÇÃO**

ANNA ROSA MARIA LOPANE

*Sob a Orientação do Professor  
John Wilkinson*

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Ciências**, no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade – Área de concentração: Instituições, mercados e regulação.

Rio de Janeiro, RJ  
Março de 2014

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE CIÊNCIAS SOCIAIS EM  
DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE**

**ANNA ROSA MARIA LOPANE**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Ciências.

Dissertação aprovada em 01/04/2014

---

John Wilkinson, Dr. UFRRJ/CPDA (Orientador)

---

Fátima Portilho, Dra. UFRRJ/CPDA

---

Ana Célia Castro, Dra. PPED IE/UFRJ

382.40981  
L864b  
T

Lopane, Anna Rosa Maria  
Bacalhau no Brasil: um mercado sob o impacto da  
globalização / Anna Rosa Maria Lopane, 2014.  
81 f.

Orientador: John Wilkinson  
Dissertação (mestrado) – Universidade Federal  
Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências  
Humanas e Sociais.  
Bibliografia: f. 76-77

1. GVC - Teses 2. Consumo – Teses. 3.  
Globalização – Teses. 4. Comércio internacional –  
Teses. I. Wilkinson, John II. Universidade Federal  
Rural do Rio de Janeiro. Instituto de Ciências  
Humanas e Sociais. III. Título.

*A Giovanni, mamma e papá,*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeiro lugar o meu orientador John Wilkinson pelo carinho, pela confiança incondicional e pela pressão necessária à realização desse projeto. Os meus agradecimentos vão a Fatima Portilho, a Ana Celia e a Georges Flexor, que acompanharam a redação dessa dissertação. Agradeço o CPDA, que me deu a possibilidade de enfrentar esse grande desafio de cursar um mestrado em terra estrangeira, e a CAPES pela bolsa de estudo e pelo apoio à pesquisa, que permitiram minhas viagens de pesquisa de campo.

Agradeço quem ajudou durante a pesquisa de campo em primeiro lugar a Mai Stabell, cuja presença no CPDA fez surgir o projeto e a todos os entrevistados em terra norueguesa, portuguesa e brasileira, por terem dedicado tempo às nossas falas.

Agradeço minha companheira de luta, Malu, pelos conselhos e pela força, única a “entender” de verdade o que tudo isso significa! Agradeço os outros companheiros de casa, que me encontravam escrevendo a qualquer hora do dia e peço desculpa pela falta de atenção durante esse período. Agradeço particularmente a Aude e a Marie, minhas *personal designers*, um coração com os dedos para vocês. Agradeço o meu amigo e revisor Leandro, pela paciência e pelo profissionalismo.

Aos apaixonados do bacalhau, que me aturaram nas minhas falas monotemáticas no nosso querido Bar do Zé, com agradecimento especial para Guto, amigo querido e bom conselheiro.

Como não agradecer aos amados do outro hemisfério, minha carga vital, minha linfa, minhas pilastras e alicerces, sem esquecer as muitas estrelas que me acompanharam ao longo desse caminho.

Mamma, papá, Alberto, Andrea, que sofrem pela distância, mas estão muito orgulhosos pelos resultados, e os pequenos Davide e Greta, sobrinhos queridos, que ainda não entenderam porque a tia não consegue chegar à Itália nadando ou de helicóptero. Saudades de vocês e dos tios apaixonados pelo tema, Sandro e Paolo, que passaram horas comigo conversando sobre *stoccafisso*.

Enfim, agradeço a Giovanni, pelo infinito amor e paciência e pelos dias longos passados ao meu lado, pelo carinho, pela força que me deu continuamente e pelas comidas maravilhosas!

## RESUMO

LOPANE, Anna Rosa Maria. **Bacalhau no Brasil: um mercado sob o impacto da globalização.** 2014. 91 p. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade). Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2014.

A pesquisa trata do mercado do bacalhau como produto importante na cadeia agroalimentar brasileira. Atualmente, estamos assistindo a uma transformação do padrão de consumo de alimentos (para uma dieta mais saudável) e, especificamente, da forma de consumo do bacalhau, que não é mais ligada à tradição, com um consumo restrito a particulares períodos do ano (Páscoa, Natal). Além disso, o bacalhau não se encontra mais apenas no lar doméstico, mas é distribuído em cadeias de restaurantes a quilo ou nos botecos em forma de bolinho e se consome diariamente. A análise será construída a partir da ótica das *Global Value Chains* (GVC), que se distancia da teoria neoclássica, entendida como limitada por considerar apenas a qualidade do produto. Por sua vez, a crescente assimetria de informação enfraquece o papel dos consumidores. Analisar a cadeia de um produto significa inseri-lo num contexto global, estudando as formas de coordenação da cadeia ativadas por distintos atores, onde empresas e trabalhadores de regiões distantes do mundo se afetam reciprocamente.

**Palavras-chave:** Bacalhau; GVC; Consumo; Globalização; Comércio Internacional.

## ABSTRACT

LOPANE, Anna Rosa Maria. **Cod in Brazil: a Market under the impact of globalization.** 2014. 91 p. Dissertation (Master of Social Sciences in Developing, Agriculture and Society). Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2014.

The research deals with the market of cod as an important product in the Brazilian agri-food chain. Currently, we are witnessing a transformation of the pattern of consumption of food (for a healthier diet) and, specifically, the form of consumption of cod, which is no longer linked to the tradition, with a consumption restricted to particular periods of the year (Easter, Christmas). In addition, the cod is no longer consumed only at home, but is distributed in chains of restaurants “a quilo” or in bars in the form of *bolinhos* that has a daily consume. The analysis will be built from the perspective of Global Value Chains (GVC), which differs from the neoclassical theory, understood as limited by only considering the quality of the product. In turn, the growing asymmetry of information weakens the role of consumers. Analyze the chain of a product means inserting it in a global context, studying the forms of coordination of the chain activated by different actors, where companies and workers from distant regions of the world that affect each other.

**Key words:**Cod; GVC; Consume; Globalization; International Trade.

## LISTAS DAS FIGURAS

<b>Figura 1 Distribuição de <i>Gadus Morhua</i></b>	<b>16</b>
<b>Figura 2 Bacalhau <i>Gadus Morhua</i></b>	<b>16</b>
<b>Figura 3 Bacalhau <i>Gadus Macrocephalus</i></b>	<b>17</b>
<b>Figura 4 Saithe</b>	<b>17</b>
<b>Figura 5 Ling</b>	<b>17</b>
<b>Figura 6 Zarbo</b>	<b>18</b>
<b>Figura 7 Métodos antigos de pesca do bacalhau</b>	<b>20</b>
<b>Figura 8 Cédula Newfoundland de 1937</b>	<b>21</b>
<b>Figura 9 Nutrientes por 100 g de bacalhau (Fonte: <i>O Mundo do Bacalhau</i>)</b>	<b>21</b>
<b>Figura 10 Net cutters</b>	<b>25</b>
<b>Figura 11 Progressiva ampliação do território islandês</b>	<b>25</b>
<b>Figura 12 Divisão das áreas destinadas à pesca de bacalhau</b>	<b>26</b>
<b>Figura 13 Zonas de pesca da União Europeia</b>	<b>26</b>
<b>Figura 14 Cotas Bacalhau 2013</b>	<b>27</b>
<b>Figura 15 A cadeia regulatória</b>	<b>28</b>
<b>Figura 16 Principais origens das importações brasileiras. Fonte: MPA</b>	<b>30</b>
<b>Figura 17. Principais origens das importações brasileiras em Kg. MPA</b>	<b>31</b>
<b>Figura 18 Principais produtos importados pelo Brasil. MPA</b>	<b>32</b>
<b>Figura 19 Produção brasileira de pescado</b>	<b>32</b>
<b>Figura 20 Os diferentes segmentos de bacalhau no Brasil</b>	<b>45</b>
<b>Figura 21 Processo de secagem do bacalhau “stokfish”</b>	<b>46</b>
<b>Figura 22 Avenida dos bacalhoeiros Aveiro</b>	<b>48</b>
<b>Figura 23 Foto histórica secagem</b>	<b>48</b>
<b>Figura 24 Fluxo operacional do processamento para bacalhau seco e salgado</b>	<b>49</b>
<b>Figura 25 Processo de salga. Imagem da empresa Riberalves</b>	<b>49</b>
<b>Figura 26 Bacalhau desfiado</b>	<b>50</b>
<b>Figura 27 Etiqueta bacalhau desfiado Extra</b>	<b>52</b>
<b>Figura 28 Processo de dessalga. Destino Brasil</b>	<b>53</b>

<b>Figura 29 Cadeia bipolar compartilhada</b>	<b>64</b>
<b>Figura 30 Cadeia multipolar</b>	<b>56</b>
<b>Figura 31 Bacalhau Bacalanor West Norway</b>	<b>56</b>
<b>Figura 32 Cadeia Multipolar Noruega-Portugal-China-Brasil</b>	<b>57</b>
<b>Figura 33 Cadeia China Brasil</b>	<b>58</b>
<b>Figura 34 Estrutura produtiva da Riberalves Portugal (sede Moita)</b>	<b>61</b>
<b>Figura 35 Etiqueta do bacalhau desfiado</b>	<b>62</b>
<b>Figura 36 Pesca de Pirarucu</b>	<b>70</b>
<b>Figura 37 Bacalhau de pirarucu</b>	<b>72</b>

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO I – O BACALHAU E A ORIGEM DE SUA PESCA</b>	<b>15</b>
1.1 O Bacalhau ao Longo da História	15
1.2 Origem da Pesca do Bacalhau	19
1.3 As Guerras do Bacalhau	23
1.4 Sistema de Cotas de Pesca	25
<b>CAPÍTULO II – CONTEXTO DO MERCADO BRASILEIRO</b>	<b>29</b>
2.1 O Consumo Tradicional do Bacalhau	33
2.2 Novos Padrões de Consumo e Mudança na Forma de Consumir	35
2.3 Consumo Fora do Lar	37
2.3.1 Bolinho de Bacalhau	39
<b>CAPÍTULO III – UM NOVO MERCADO PARA O BACALHAU</b>	<b>43</b>
3.1 Segmentos do Mercado de Bacalhau no Brasil	44
3.1.1 Bacalhau seco	45
3.1.2 Bacalhau seco e salgado	47
3.1.3 Bacalhau desfiado	50
3.1.4 Bacalhau dessalgado ultracongelado	52
3.2 Estruturação do Funcionamento da Cadeia	54
<b>CAPÍTULO IV – DESAFIOS E RESPOSTAS DE ORGANIZAÇÃO DE COORDENAÇÃO DO NOVO MERCADO</b>	<b>59</b>
4.1 Resposta Portuguesa com <i>Case Study</i> Riberalves	59
4.1.1 Visita à Riberalves, em Portugal	60
4.1.2 Entrevista Riberalves Brasil	62
4.2 Resposta Norueguesa	65
4.3 Resposta Brasileira	69
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>74</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>76</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>78</b>

*“Não é apenas um peixe que você está comprando: é a vida dos homens.” (De um comerciante de peixe para o cliente que barganhava sobre o preço do bacalhau.)*

*Sir Walter Scott, 1816*

## INTRODUÇÃO

Tantos mitos, muitas histórias ou lendas, vários mares e territórios, mas sobretudo uma tradição milenar que envolve gerações de marinheiros, navegantes e comerciantes, tudo isso é o bacalhau. Os portugueses o chamam de “fiel amigo”, os noruegueses o consideram uma fonte de riqueza inexaurível, os franceses dedicam museus à pesca da *morue*, os italianos comemoram ainda hoje a chegada em 1431 do *stoccafisso* nas mesas deles, e os brasileiros?

O tema do mercado de bacalhau parece ter uma importância marginal nos estudos das novas dinâmicas de consumo alimentar. Contudo, esse trabalho aponta para diversas tendências tanto do lado da produção quanto do lado do consumo extremamente centrais em um momento em que está se definindo um novo quadro global do sistema agroalimentar.

Esse trabalho de dissertação nasceu após a visita de uma doutoranda norueguesa<sup>1</sup> no Rio, que acompanhei em uma pesquisa de campo no centro da cidade. O projeto previa o conhecimento da realidade do varejo de bacalhau no Brasil e, especificamente, o estudo da rastreabilidade do bacalhau nas lojas e feiras dedicadas. Deparamos com uma grande falta de informação sobre a origem dos peixes à venda, sobretudo com relação ao bacalhau desfiado. Pudemos, porém, notar a importância e o prestígio que assume o bacalhau nas lojas de alimentos e também em supermercados e restaurantes de comida a quilo. A presença de bacalhau em restaurantes de tipo *self service* e a quilo levou à reflexão sobre a mudança no padrão do consumo de um alimento que estava fortemente moldado por tradições ligadas à sacralidade do calendário religioso. O consumo disciplinado pelo ritual está desaparecendo, deixando espaço para um tipo de consumo que chamamos de “desritualizado” e “cotidianizado”, uma vez que, hoje em dia, podemos consumir bacalhau em botecos, sob forma de bolinhos, ou em restaurantes de comida a quilo, todos os dias. Esse processo sofreu uma forte aceleração nos últimos anos e, ao mesmo tempo, assistimos a uma mudança para uma forma de “deselitização” do consumo de bacalhau devido à entrada no mercado brasileiro de um produto já pronto para o consumo, o bacalhau dessalgado, que, além de ser facilmente utilizável no lar doméstico, está sendo escolhido por restaurantes menos tradicionais que não dispõem de espaço e *know-how* para a dessalga do bacalhau. Essas noções que apresentamos podem ser aplicadas a outros produtos e contextos.

O bacalhau não é um peixe que encontramos em águas brasileiras, porém seu consumo é muito alto; segundo dados do Ministério da Agricultura, a importação de bacalhau em 2012 ficou em torno de 36 mil toneladas. Isso se deve a vários fatores, que serão apontados ao longo dos capítulos.

Com o trabalho de campo chegamos fisicamente até a origem do peixe. As fases principais da pesquisa de campo foram efetuadas na Noruega, na cidade de Bergen e em Portugal nas cidades de Lisboa, Aveiro e Gafanha de Nazaré (Ilhavó). Em Bergen foram realizadas entrevistas no tradicional *fisher market* com vendedores de peixe e foi entrevistado o diretor administrativo da Harald Mowinckel, empresa exportadora de bacalhau.

A experiência portuguesa permitiu conhecer a história da tradição culinária do bacalhau que os imigrantes até hoje em dia levam no Brasil. A visita do museu de Ilhavó dedicado à pesca desse peixe foi de extremo interesse, como a visita de um dos últimos

---

<sup>1</sup> Mai Stabell nasceu na Noruega e está cursando um doutorado na Universidade de Newcastle.

bacalhoeiros da frota portuguesa ainda existente em Aveiro. Em Lisboa foi efetuada uma visita guiada na empresa Riberalves, à linha produtiva do bacalhau dessalgado.

O primeiro capítulo tratará da história do bacalhau, começando com uma apresentação do produto, distinguindo as várias espécies, classificações e nomes que lhe são atribuídos nos distintos países. Seguirá uma segunda parte dedicada à reconstrução histórica da pesca ao bacalhau, que é extremamente envolvente. O período interessado vai desde o século IX, quando os Vikings já secavam o bacalhau pescado para sobreviver durante as longas viagens nos mares do norte, até o final do século passado atravessado por grandes transformações em nível de legislação marítima, de inovação tecnológica e de conflitos entre povos de navegantes defendendo a própria tradicional atividade pesqueira. Esse longo *excuso* histórico é necessário porque serve para explicar a importância do bacalhau em países como Portugal e Noruega, nos quais o bacalhau sempre representou mais do que um peixe, além de traçar as muitas rotas que o bacalhau percorreu antes de chegar ao Brasil. Já no século XVI, o bacalhau fazia parte da triangulação entre Nova Inglaterra, Cabo Verde e Barbados, países onde bacalhau, escravos e melado eram “comercializados” no mesmo navio. Entendemos, portanto, a grandeza do bacalhau como fonte proteica – provavelmente a mais importante no pré-moderno – tanto para os comércios e para o trabalho (escravo) quanto para o consumo do povo europeu que chegou aqui no Brasil.

A análise histórica apresentada no primeiro capítulo termina no final dos anos 1990, quando novas legislações europeias reduziram a pesca do bacalhau, em perigo de extinção, introduzindo um sistema de cotas definido por país. A pesca de bacalhau nos Estados Unidos e no Canadá foi proibida e foi nesse momento que se consolidou o mercado norueguês e que Portugal começou a se transformar num país também importador (antigamente grande produtor e exportador). É importante entender o mecanismo de cotas de pesca de bacalhau, porque, por trás dele, aparecem exigências e estratégias político-governamentais que afetam diariamente a vida de milhares de pescadores e de consumidores que observam oscilações de preços no produto final.

Dedicamos a primeira parte do segundo capítulo à contextualização histórica do mercado brasileiro de bacalhau até os anos 1990, quando o bacalhau era consumido principalmente por pessoas de origem portuguesa e durante datas tradicionais específicas como Natal e Páscoa, quando o bacalhau era utilizado nos pratos principais consumidos em casa e em família.

A segunda parte contextualiza o mercado brasileiro atual que apresenta uma certa estabilização econômica dada pela abertura dos mercados e pela consolidação da classe média, que sustenta novos padrões de consumo alimentar. Faz parte desse contexto a mudança da dieta voltada a um regime mais saudável de alimentação com o aumento do consumo de pescado em vez de carne vermelha e a alteração da forma de consumo. Hoje em dia, no Brasil, consome-se mais comida fora do lar doméstico e ressaltamos esse aspecto no caso do bacalhau, o qual pode ser encontrado facilmente nos restaurantes de comida a quilo e virou o carro-chefe dos botecos que servem chope gelado acompanhado por bolinhos feitos com o peixe.

Essas condições do mercado brasileiro favorecem, portanto, o aumento do consumo do peixe, e o mercado do bacalhau está sendo reposicionado a partir desses elementos que fazem com que o Brasil seja um mercado propício para uma mudança que nomeamos de “desritualização” do consumo de bacalhau, o qual não está mais ligado somente às festas tradicionais e religiosas.

No terceiro capítulo, o bacalhau é analisado numa estrutura de mercado completamente globalizada, em que diferentes atores e distintos segmentos interagem sob tipos de governança e coordenação próprias. Nessa parte da discussão, analisamos os segmentos de mercado de bacalhau no Brasil, ou seja, as tipologias e formas que o consumidor brasileiro encontra nos supermercados, nos restaurantes ou nos botecos, a saber:

- **Bacalhau seco e salgado** – forma mais tradicional, que encontramos nos supermercados, nas feiras, nas lojas especializadas e nos centros de abastecimento (CADEG e Mercado São Sebastião são exemplos cariocas), habitualmente ao ar livre ou em lombos embalados em bandejas. Dependendo do local de venda, a etiquetagem ajuda ao menos na identificação da espécie de peixe (se *Gadus Morhua*, *Ling*, *Saithe* ou *Macrocephalus* do Pacífico) e na localização do país de captura e processamento;
- **Bacalhau desfiado** – muito utilizado na preparação de bolinhos e de origem incerta, sem controle ou rastreabilidade. Nas entrevistas realizadas na CADEG do Rio, destacou-se a dificuldade de conhecer a espécie do peixe utilizado e, mais exatamente, se se tratava de um peixe de água doce ou salgada. Um dos principais fornecedores de pescados é a China, que compra bacalhau diretamente na Noruega ou utiliza a espécie *Macrocephalus* do Pacífico para desfiar e exportar ao Brasil e a vários países;
- **Bacalhau dessalgado e ultracongelado** – comercializado há relativamente pouco tempo, esse produto vem se apresentando como uma nova forma de consumir o bacalhau, evitando o longo processo de dessalga. A Noruega não exporta diretamente esse tipo de bacalhau pois opta por garantir um alto nível de qualidade no bacalhau seco e salgado que certifica com selos próprios, porém o consumo e a demanda do tipo de bacalhau “pronto” estão aumentando consideravelmente.

Ao longo do terceiro capítulo, adotamos a abordagem das Global Values Chains (GVC) como forma mais eficaz de olhar a cadeia, e, sob essa ótica, a segunda parte desse capítulo analisa a estruturação do funcionamento da cadeia com a configuração dos vários atores nela presentes, limitando o olhar aos segmentos do mercado brasileiro. Como países, encontramos a Noruega (principal exportador), a China (importador e exportador) e Portugal (importador, exportador e grande consumidor), que interagem na cadeia graças a uma multiplicidade de atores: pescadores, processadores, exportadores, transportadores, importadores, distribuidores, até chegar aos supermercados, restaurantes a quilo e botecos.

A escolha de utilizar as GVC como quadro analítico agiliza o mapeamento da organização de uma cadeia complexa que revela tendências globais importantes. A partir de uma noção de cadeia analítica – pela qual podemos traçar o primeiro perfil da *value chain* de bacalhau, destacando os elementos comuns determinados pela natureza biológica do produto alimentício e pela tecnologia utilizada nos diferentes elos da cadeia –, pretendemos ampliar esse conceito analítico para observar a multiplicidade de formas de articulação da cadeia que nomearemos como cadeias portuguesa, norueguesa e, finalmente, brasileira. Percebemos, nesse caso, que não se trata simplesmente de *value chains* criadas pelos mercados globais atuais, mas que essa cadeia já está enraizada social, econômica e culturalmente ao longo de quase um milênio, período que envolveu, grosso modo, os mesmos atores. Isso informa que não podemos imaginar o funcionamento dessa cadeia ligado exclusivamente a arranjos técnicos dos diferentes países, mas, sim, que precisamos olhar a cadeia dentro de uma economia sociológica do enraizamento das atividades econômicas em redes sociais, contextos culturais e políticos, valorizando, assim, sua história pré-capitalista.

Ao longo do trabalho, entendemos a dinâmica de consumo como autônoma e ultrapassando a simples distinção entre *supply-driven* e *demand-driven* típica das GVC. Com o processo de desritualização e deselitização já mencionados, a articulação do consumo se faz mais complexa, em uma interação permanente entre *supply-driven* e *demand-driven*, ou seja, uma interdependência das esferas de consumo que mutualmente se evolvem. O varejo e a restauração impulsionam a dinâmica de consumo que, ao mesmo tempo, se alimenta da maneira como esses últimos se estruturam.

Com relação ao quarto capítulo, apresentamos detalhadamente o caso do bacalhau dessalgado e ultracongelado como resposta às novas exigências de mercado. Analisamos, também, a resposta brasileira ao crescente consumo de bacalhau, ou seja, a produção de bacalhau de Pirarucu, peixe pescado na Amazônia, e a venda na grande rede de supermercados Pão de Açúcar e Extra. Escolha diferente vem sendo adotada pela Noruega, que está investindo muito no mercado brasileiro, concentrando o marketing e a comunicação social na autenticidade e na originalidade do produto oferecido. A instalação na cidade do Rio de Janeiro do Conselho Norueguês da Pesca (CNP) é, evidentemente, um sinal do seu forte interesse comercial. Esse conselho representa os exportadores de peixe da Noruega que adotam uma certificação de qualidade e sustentabilidade e criou um selo Norge que encontramos nos produtos noruegueses. A base produtiva norueguesa é extremamente rígida e está ainda vinculada a uma tipologia (peixe seco e salgado) mais tradicional. Com relação à China, analisamos sua participação ao longo da cadeia. Hoje em dia, a China é considerada um subcomponente da cadeia Noruega e da cadeia Portugal, sendo utilizada para o desfiamento do produto. Porém, graças a um processo de *upgrading*, o país vem escapando dessa dinâmica.

Após a apresentação dos desafios que a cadeia e sua coordenação enfrentam, no capítulo conclusivo indicamos os rumos possíveis que o mercado de bacalhau poderá assumir no futuro próximo e quais serão os principais atores envolvidos. O funcionamento da cadeia até agora permite a divisão pacífica do mercado, porque as atividades estão distribuídas ao longo da cadeia que funciona graças à cooperação e à interação dos diferentes elos. Mas o que poderia acontecer se a China produzisse peixe seco e salgado? E se a Noruega investisse na aquicultura de bacalhau nas próprias águas? O mercado de bacalhau será “desritualizado”?

# CAPÍTULO I – O BACALHAU E A ORIGEM DE SUA PESCA

*“Já para os ingleses comerciantes de bacalhau, tratava-se de uma oportunidade de negócio a não desperdiçar.”* (Kurlansky, 2000)

## 1.1 O Bacalhau ao Longo da História

Carlo Lineu, em 1758, delineou as espécies animais em uma grande obra chamada *Sistema Nature*. Encontra-se aqui, pela primeira vez, a classificação taxonômica do bacalhau<sup>2</sup> do Atlântico Norte com o nome científico de *Gadus Morhua*<sup>3</sup>, espécie mais nobre da família *Gadidae* (Fisheries and Aquaculture Department FAO). É conhecido internacionalmente com o nome de *Cod*, mas adota nomes diferentes dependendo do país, da respectiva língua falada e da forma como é processado. Na França, por exemplo, distingue-se o *Gadus Morhua* fresco *cabillaud*<sup>4</sup> do seco e salgado *morue*<sup>5</sup>; na Espanha não existe essa distinção, mas sim o termo *bacalao*; na Itália, diferencia-se o bacalhau seco, chamado *stoccafisso*<sup>6</sup>, do peixe seco e salgado *baccalá* e do peixe fresco *merluzzo*; finalmente, em países de língua portuguesa, é nomeado simplesmente como bacalhau. Existem mais de 10 famílias de bacalhau e mais de duzentas espécies, todas de água salgada e gelada. Existe apenas uma espécie de água doce chamada *barboto*, consumida quase exclusivamente na Noruega.

De acordo com o Decreto-Lei (MAPA) no. 25/2005, de 28 de janeiro de 2005, para efeitos comerciais, são permitidas unicamente as seguintes denominações de bacalhau salgado seco, correspondentes a duas espécies distintas: o *Gadus Morhua*, chamado também *Legítimo*, e o *Gadus Macrocephalus*, ou *bacalhau do Pacífico*<sup>7</sup>. Porém, cabe lembrar que, no Brasil, a palavra “bacalhau” não define um peixe, mas sim um processo e, na realidade, muitas espécies de pescado salgado e seco são apresentadas aos consumidores como bacalhau<sup>8</sup>.

Para não confundir a leitura, chamaremos de “bacalhau” a espécie *Gadus Morhua*, pescada no norte do Oceano Atlântico, como mostrado na Figura 1, e de “bacalhau do Pacífico” a espécie *Gadus Macrocephalus*.

---

<sup>2</sup> Ordem: Gadiformes; família: Gadidae; subfamília: Gadini; gênero: *Gadus* (Linnaeus 1758); espécie: *Gadus Morhua* (Linnaeus 1758).

<sup>3</sup> Em norueguês, para indicar esse peixe, se utiliza o termo *skrei*, que deriva da antiga expressão viking “skrida”, a qual significa “avançar com grandes passos”.

<sup>4</sup> *Cabillaud*, termo que apareceu na língua francesa em 1278 e deriva do neerlandês *cabellauwus* (Abel & Consiglieri, 1998).

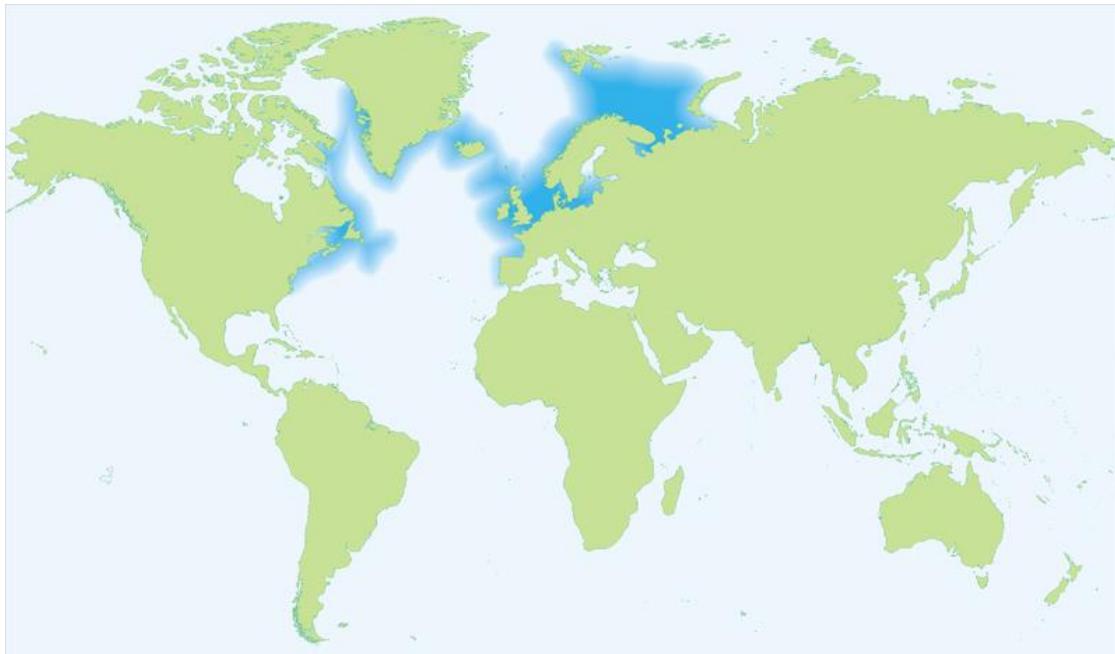
<sup>5</sup> *Morue*, nome francês que identifica o bacalhau seco e salgado, derivado do nome latim, significa “degradado”, termo que se referia ao comércio no sec. XIX, no qual o bacalhau representava o mercantilismo desmesurado.

<sup>6</sup> *Stoccafisso* (em inglês, *stockfish*), palavra de origem alemã utilizada para indicar o peixe seco ao ar livre.

<sup>7</sup> O bacalhau chegou ao Pacífico do norte só após a ruptura entre Ásia e América do Norte.

<sup>8</sup> Segundo o vice-cônsul da Noruega e representante do Conselho Norueguês da pesca, Johnny Häberg (na entrevista de 4/12/2013), o maior problema no Brasil é a denominação e a confusão entre espécies.

O *Gadus Morhua* é um peixe marinho da família dos gadídeos, com um corpo robusto, ligeiramente achatado de lado, que atinge 1,3 m de comprimento e 30 quilos de peso, em média. Tem uma boca larga, com lábios carnudos e o maxilar superior mais saliente que o inferior, numa cabeça de grandes dimensões, que pode atingir cerca de um quarto do comprimento total do peixe. (Abel & Consiglieri, 1998, p. 31).



**Figura 1 Distribuição de *Gadus Morhua***

Do ponto de vista técnico, entende-se por peixe salgado e seco o produto elaborado com peixe limpo, eviscerado, com ou sem cabeça, convenientemente tratado pelo sal (cloreto de sódio) e devidamente seco (Abras, 2007). Dentro destas características, existem cinco tipos diferentes de peixes salgados secos no mercado brasileiro: Cod *Gadus Morhua*, Cod *Gadus Macrocephalus*, Saithe, Ling e Zarbo. Pela legislação atual, apenas dois tipos podem utilizar a designação Bacalhau: ***Gadus Morhua***, o bacalhau legítimo, e ***Gadus Macrocephalus***, o bacalhau do Pacífico. Os demais recebem a designação "pescado salgado seco". Segue uma breve descrição dos peixes salgados secos que chegam ao mercado brasileiro:

- ***Gadus Morhua*.** É pescado no Atlântico Norte e considerado o mais nobre bacalhau. Normalmente, é o maior, o mais largo e com postas mais altas. Tem coloração palha e uniforme quando salgado e seco; quando cozido, desfaz-se em lascas claras. Dele se aproveita tudo: além de sua carne, do seu fígado se extrai óleo e da bexiga se faz cola.



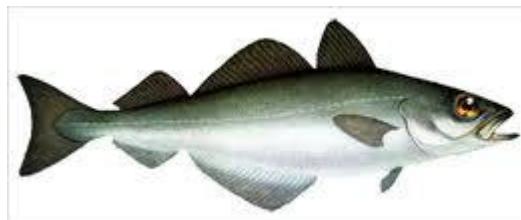
**Figura 2 Bacalhau *Gadus Morhua***

- **Gadus Macrocephalus.** O *Gadus Macrocephalus*, ou bacalhau do Pacífico, é muito semelhante em aspecto com o *Gadus Morhua*, e vem sendo comercializado há cerca de 10 anos no Brasil. No entanto, é diferente do Legítimo Bacalhau: não se desmancha em lascas, é fibroso e não tem o mesmo paladar. Por causa disso, é um peixe mais barato e tem sido vendido em muitos pontos de venda, devido à semelhança com o *Gadus Morhua*. Não é fácil diferenciar um do outro: uma das formas é observando bem o rabo e as barbatanas – se tiver uma espécie de bordado branco nas extremidades, trata-se do *macrocephalus*. Outra forma é pela coloração: o macro é um peixe bem mais claro (quase branco) que o Legítimo Porto, o que confunde boa parte dos compradores.



**Figura 3 Bacalhau *Gadus Macrocephalus***

- **Saithe** (*Pollachius virens*). De coloração mais escura, o peixe tipo bacalhau saithe tem o rabo em formato de V e desfia-se muito facilmente, sendo, por isso, usado na preparação de bolinhos e pirões.



**Figura 4 Saithe**

- **Ling** (*Molva Molva*). Esse tipo de peixe tem a forma do corpo estreita e comprida e tem duas barbatanas laterais em vez de três, ideal para churrascos e assados.



**Figura 5 Ling**

- **Zarbo** (*Brosmius Brosme*). É o menor de todos os tipos de bacalhau, com carne firme, coloração clara como palha e com uma só barbatana.

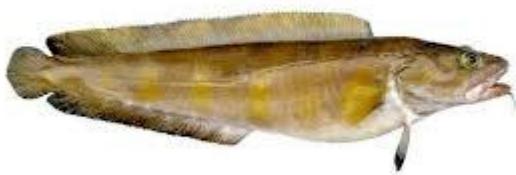


Figura 6 Zarbo

Além da classificação em espécies e tipos, o peixe salgado e seco se diferencia em três categorias: Imperial, Universal e Popular. Quando o peixe não apresenta erros de corte e encontra-se bem curado, pode ser classificado como “imperial”, mas se apresenta pequenos defeitos, deveria ser vendido como “universal”. Quando o bacalhau apresenta manchas de sangue ou furos, significa que não teve uma correta captura em conservação e é classificado como “popular”.

O *Gadus Morhua* é a primeira opção quando se trata de peixe curado (embora todos os outros passem pelo mesmo processo), porque tem uma carne extremamente branca. Essa coloração deriva da escassa utilização de músculos para se movimentar, sendo um peixe que fica suspenso no fundo do oceano entre os 35 e os 500 metros, em águas com temperaturas entre 1 e 10 graus. O *Bacalhau* é considerado um peixe de *águas rasas*, sendo facilmente encontrado a 35 metros de profundidade. Durante a desova, escolhe águas ainda mais rasas<sup>9</sup>, calmas e mais quentes (em torno dos 7 graus).

O bacalhau do Atlântico é, no entanto, o maior deles, e o que possui a carne mais branca. Na água, suas cinco barbatanas se desfraldam como velas, dando a ele uma forma elegante que é ainda mais acentuada pelas listras brancas nos lados do corpo. Ele também é reconhecido pelo formato da cauda, que é quadrada em vez de bipartida, e por um curioso apêndice sob a boca, que os biólogos acreditam servir para explorar o fundo do oceano (Kurlansky, 2000, p. 43)

Como destaca Kurlansky, “o *Gadus Morhua* é feito para sobreviver” (Kurlansky, 2000, p. 37), pois é um peixe muito fecundo, desovando de 2 a 9 milhões de ovos em cada ciclo reprodutivo<sup>10</sup>, é bastante resistente a doenças e ao frio (graças à produção de uma proteína anticongelante) e é totalmente onívoro, nadando de boca aberta e ingerindo o que tiver na frente.

Alimenta-se, principalmente, no ponto de encontro entre as correntes de água quente e fria. Por ser estenotermo – habituado a uma determinada temperatura –, o bacalhau viaja constantemente, a fim de permanecer em águas propícias. Por isso, ele é encontrado nos mares da Noruega, da Rússia, da Islândia, do Canadá e do Alasca.

<sup>9</sup> Em períodos de reprodução, o bacalhau migra para águas ainda mais rasas e calmas perto da costa e desova em locais mais quentes. O principal destino dos cardumes de bacalhau, quando chega à fase adulta, é o Arquipélago de Lofoten, região a noroeste do mar da Noruega, onde se realizam as maiores pescas de bacalhau no mundo.

<sup>10</sup> Embora um bacalhau fêmea desove entre 3 e 9 milhões de ovos por ano, poucos desses atingem a maturidade. O fato de estarem na superfície muitas vezes os colocam em perigo.

Uma das fontes mais ricas de bacalhau é identificada justamente nos Grandes Bancos situados perto da Terra Nova e do Labrador, área em que as águas quentes do Golfo do México encontram as águas frias da Groenlândia. Era exatamente esse o lugar daquelas pescas “milagrosas” que os Bascos conseguiram manter em segredo por centenas de anos. O fato de esse peixe ser voraz e onívoro faz com que ele seja considerado pelos pescadores uma presa relativamente fácil, porque não precisa de iscas particulares e, uma vez fisigado, não luta para se libertar, não opondo muita resistência. Uma vez capturado, os pescadores sangram imediatamente o peixe, retirando a maior parte do sangue do animal para evitar que a carne fique escura. Dele se come tudo (até a cabeça, que seria uma iguaria culinária), mas esta parte não chega ao Brasil, porque, como explicado por Guedes Vaz da Rui Costa, “seria uma missão impossível convencer um brasileiro a comer cabeça de bacalhau” (Globo Mar, 2013). As partes menos nobres são destinadas ao consumo interno na Noruega ou em Portugal, onde esses cortes são utilizados para caldeiras<sup>11</sup>. Antigamente, até o século XVIII, se vendia muito óleo de fígado de bacalhau, usado comumente como óleo para iluminação<sup>12</sup>.

Com relação ao processo de salga, é importante destacar que, antigamente, na Noruega, se consumia geralmente *klipfish*, que era o bacalhau seco e levemente salgado<sup>13</sup>. Isso porque, para conseguir obter um bom processo de salga, era necessário muito sal, o que os países nórdicos não possuíam. No sec. XVI, a grande vantagem dos Bretões foi que se situavam no ponto mais a norte da Europa para a comercialização de sal (Kurlansky, 2000). Em Portugal, a presença das grandes salinas de Aveiro favoreceu a indústria portuguesa de salga. Nessa região, consumia-se também o peixe somente salgado, o *peixe verde*. As duas formas, salgado e seco e salgado, tornaram-se as mais consumidas, mais do que o *stockfish* (bacalhau seco) nórdico. À luz dessas considerações, é fácil imaginar porque esse produto foi tão estratégico para o sustento das tripulações que navegavam nos mares à descoberta de terras e outros continentes, bem como porque pode ser considerado central na reprodução de sociedades diferentes como a portuguesa ou a norueguesa, as quais impuseram e consolidaram um tipo de consumo e de comércio peculiar.

## 1.2 Origem da Pesca do Bacalhau

A história da pesca do bacalhau, além de ser extremamente fascinante, é milenar e misteriosa, envolvendo diferentes países, vários conflitos, e sobretudo uma multiplicidade de vidas humanas. A pesca do bacalhau fomentou uma grande ambição europeia que, todavia, não era acompanhada por uma tecnologia suficientemente eficaz. As expedições nos mares nórdicos eram longas aventuras que contemplavam cotidianamente naufrágios e desaparecimentos.

A pesca do bacalhau se efetua, ainda hoje, em águas geladas e em condições quase sempre adversas. Atualmente, os avanços tecnológicos aportaram melhorias às estruturas da indústria pesqueira, porém, trata-se de um tipo de pesca que, devido às quantidades enormes de peixe pescado e às adversidades da pesca no alto-mar, continua sendo muito perigosa (Abel & Consiglieri, 1998).

---

<sup>11</sup> Vera Xavier, durante a entrevista em Moita (PT), confirmou esse aspecto.

<sup>12</sup> Óleo rico em vitamina A e D, foi muito utilizado nos países nórdicos também como complemento alimentar.

<sup>13</sup> Os noruegueses chamam esse tipo de bacalhau de *light salted*.



Figura 7 Métodos antigos de pesca do bacalhau

Os bascos e os vikings, segundo a detalhada reconstrução histórica de Kurlansky, contestam a primazia na descoberta da pesca ao bacalhau. Ambos povos de grandes navegantes, conseguiam percorrer longas distâncias justamente porque tinham encontrado e pescado cardumes de bacalhau que, uma vez salgado ou secado, constituía um alimento muito proteico que não estragava nas longas viagens. Parece que os Vikings foram os primeiros a curar o bacalhau, considerado fonte de sobrevivência durante as expedições que os levaram para o Oeste na descoberta das costas da Islândia, da Groenlândia, do Canadá e da Terra Nova, não por acaso, áreas de alta concentração de bacalhau e terras onde aprenderam a conservá-lo, deixando-o secar ao vento frio até se transformar numa placa que parecia de madeira (De Loture, 1949). Uma vez desidratado, o bacalhau é composto por 80% de proteínas, sendo, portanto, uma fonte de alimentação excelente.

É difícil precisar quando os portugueses iniciaram a pesca ao bacalhau, dada a falta de documentos oficiais sobre o assunto. Contudo, pelo tratado de 1353 entre Pedro I de Portugal e Eduardo II de Inglaterra, autorizando os residentes de Lisboa e do Porto a pescar na Inglaterra por 50 anos, se confirma que os portugueses já nessa época pescavam no Atlântico Norte, na vizinhança dos mares da Noruega, ricos em bacalhau (Dias, Filipe, Menezes, & Guerreiro, 2001). Provavelmente, a pesca era destinada mais ao arenque, pois o início do consumo de bacalhau seco e salgado em Portugal está associado às pescarias na Terra Nova, a qual foi descoberta oficialmente no final do século XV (De Loture, 1949). Pode-se medir a importância que o bacalhau assumiu na Terra Nova (ou Newfoundland) pela Figura 8, que mostra uma cédula de um centavo com a imagem do bacalhau.



Figura 8 Cédula Newfoundland de 1937

A descoberta da Terra Nova é atribuída, não sem contestação, a Giovanni Caboto<sup>14</sup>, um navegador italiano a serviço de Henrique VII de Inglaterra, embora registros arqueológicos confirmem a presença viking na região e a tradição oral atribua aos bascos a sua descoberta (Kurlansky, 2000).

Durante o século IX, essas populações do norte já haviam criado fábricas para processar o bacalhau seco na Islândia e na Noruega e comercializavam o excesso da produção no norte da Europa (Kurlansky, 2000). O processamento utilizado pelos bascos era diferente, porque esse povo já conhecia o sal<sup>15</sup> e salgavam o peixe antes de secá-lo – já haviam reparado que, desse modo, o bacalhau podia ser conservado por mais tempo e que sua comercialização seria muito mais simples. Foram os bascos que, já no século XI, expandiram o comércio de bacalhau, o qual se tornou pela primeira vez um negócio internacional.

Salgar o peixe não era uma novidade para as populações do Mediterrâneo, como os romanos e os egípcios, que usavam o sal para conservar a comida. Diferentemente dos outros peixes, o bacalhau durava muito mais, tinha um sabor mais agradável do que o fresco e, uma vez reidratado, constituía um alimento barato e muito nutritivo para as populações pobres.

Nutrientes por 100 g de bacalhau	
Proteína	38 g
Gordura	1 g
Cálcio	60 mg
Ferro	1,6 mg
Vitamina B	2,61 mg
Porção comestível	85%
Água	40g
Energia Kcal	160/170

Figura 9 Nutrientes por 100 g de bacalhau (Fonte: *O Mundo do Bacalhau*)

<sup>14</sup> Giovanni Caboto, conhecido em inglês como John Cabot (1450-1499), foi um navegador e explorador italiano. Ele é considerado um dos primeiros europeus a chegar ao continente norte-americano, em 1497.

<sup>15</sup> Os bascos já salgavam carne de baleia (Kurlansky, 2000).

Um grande impulso à comercialização de bacalhau foi a imposição aos católicos de dias de jejum durante os quais não era permitido comer carne. As sextas-feiras e a quaresma, os 40 dias que antecedem a Páscoa, tornaram-se “dias de bacalhau”. Os bascos, expertos comerciantes, desfrutaram a grande oportunidade que o catolicismo oferecia e ampliaram enormemente o comércio do peixe que virou “ícone mitológico”. Como relatado por Kurlansky, os bascos guardaram o segredo do local da pesca por muito tempo. Durante o século XV, comerciantes de toda a Europa procuraram os Grandes Bancos onde os bascos conseguiam capturar enormes quantidades de peixe.

Cabe inserir, nessa parte da discussão, a descrição da Liga Hanseática que por muitos séculos controlou o comércio do bacalhau. A Grã-Bretanha teve permissão de livre comércio de bacalhau só no final do século XVI, após o enfraquecimento do poder dos hanseáticos. A Liga Hanseática, criada em 1200 em Lübeck para regular o comércio e defender os interesses dos comerciantes alemães, se espalhou na Europa inteira e controlou grande parte do comércio europeu (especialmente no Báltico). Os principais ofícios da Liga Hanseática, onde residiam seus principais representantes, estavam localizados em Bruges<sup>16</sup>, Londres, Novgorod<sup>17</sup> e Bergen<sup>18</sup>. Bergen, cidade que tive a oportunidade de visitar para a pesquisa de campo, é uma das poucas que ainda conserva edifícios que pertenciam à Liga (que, nessa cidade, contava com mil homens). O ofício de Bergen foi fundado em 1360, época de grande enfraquecimento da população local devido à peste. Hoje em dia, a cidade de Bergen conserva um museu dedicado à Liga Hanseática e as salas comuns onde se encontrava a cozinha de uso comunitário<sup>19</sup>. Os hanseáticos foram atraídos a Bergen principalmente pelo *stockfish* e praticavam um tipo de escambo com os noruegueses do norte. Os hanseáticos obtinham *stockfish*, óleo de fígado de bacalhau, grandes peles, pelagens e manteiga dos noruegueses, os quais retribuíam com farinha, cereais, malte, sal, cerveja e objetos de ferro e vidro. Dado que a pesca<sup>20</sup> variava de ano a ano, desenvolveu-se um sistema pelo qual os hanseáticos se tornaram credores dos próprios clientes. Criou-se, assim, a chamada “dívida do norte”, que obrigava os pescadores noruegueses a manter uma relação comercial com um único cliente<sup>21</sup>.

No entanto, essa força associativa que nasceu como positiva, logo se transformou em algo diferente, e já em 1350 eram frequentes os episódios de abuso de poder e de selvageria na defesa dos monopólios. Em 1381, houve uma revolta do povo inglês em Bristol, que era uma cidade em posição estratégica e possuía um porto líder no comércio do bacalhau seco da Islândia. Por causa dessa medida de restrição ao comércio, começaram as rotas de navegantes que procuravam novos bancos para capturar bacalhau. Em 1497, Giovanni Caboto descobriu os Grandes Bancos e requisitou a posse, para a Grã-Bretanha, dessa terra chamada de Terra Nova (De Loture, 1949). Após isso, os territórios de Terra Nova foram declarados franceses

---

<sup>16</sup> Cidade da Bélgica cujo nome em neerlandês é *Brugge*.

<sup>17</sup> Antigo estado moldavo que, hoje em dia, está localizado no território da Rússia.

<sup>18</sup> Cidade norueguesa sede da minha pesquisa de campo.

<sup>19</sup> Em Bryggen, parte histórica e à beira do porto da cidade de Bergen, existem diferentes *casamentos* que pertenciam à Liga. Cada casamento incluía uma série de propriedades privadas, as casas comerciais e várias propriedades de uso comum: o cais, um galpão, monta cargas e a sala comum com a cozinha, a construção e a manutenção dessas propriedades ficava a cargo de todos os proprietários das casas comerciais do casamento. Cada casamento tinha o seu próprio tribunal e a sua própria administração. Perto do monta cargas, havia uma pequena construção (ainda existente), onde se estabelecia o preço do *stockfish* e que foi considerada a primeira bolsa de valores de Bergen.

<sup>20</sup> A temporada da pesca nas ilhas Lofoten vai de janeiro até março.

<sup>21</sup> Informações coletadas *in loco* no Hanseatic Musuem em Bergen.

e, graças a essa declaração, a França dominou o comércio europeu de bacalhau por centenas de anos (Kurlansky, 2000).

No que tange ao comércio de bacalhau, já em 1600 ele fazia parte de grandes “triangulações internacionais” entre, por exemplo, a Nova Inglaterra, as Índias Ocidentais e as Ilhas Canárias e de Cabo Verde. As colônias da Nova Inglaterra viram o bacalhau como uma grande oportunidade e utilizavam-no no mercado de escravos que trabalhavam nas plantações de cana. Os navios, portanto, trocavam bacalhau por escravos e por vinho e açúcar. Os escravos do Haiti, da Martinica, de Guadalupe e do Suriname eram alimentados com bacalhau.

Em 1700, com a descoberta das escunas, mudou radicalmente o tipo de pesca, o qual era mais ágil; porém, no mesmo período, tiveram grandes tensões em nível de legislação marítima e de delimitação das áreas de pesca aconteceram entre o Canadá e os Estados Unidos. Segundo Kurlansky, a pesca norte-americana do bacalhau também foi prejudicada pela abolição da escravatura nas Índias Ocidentais britânicas, nas Antilhas francesas e nas Antilhas holandesas. Após a queda desses mercados, floresceram os setores pesqueiros dos países escandinavos, como a Noruega e a Dinamarca, que entraram agressivamente nos exigentes mercados europeus e lá permaneceram até hoje.

A história da tradição italiana de comer bacalhau seco e bacalhau seco e salgado é muito singular. Ainda hoje, existem associações, como *La confraternita del bacalá*, que promovem a cultura do bacalhau através de festas tradicionais. Conta-se que, em 1431, um comerciante de Veneza, *Messer Piero Querini*, viajou de Creta<sup>22</sup> para o Norte (Parlato, 2007). Ele considerava o Norte como as Flandres, onde esperava vender vinho Malvasia<sup>23</sup>, madeira aromática, temperos e algodão. O comércio não deu os resultados esperados, mas ele é considerado desde então, na Itália, como o *pai do bacalhau*. O navio do mercante naufragou. Querini e os poucos companheiros que sobreviveram foram resgatados e alimentados pelos habitantes de uma ilha por eles desconhecida (Cerini Di Castegnate, 2008). Querini descobriu que esse povo conservava o próprio alimento fundamental, o bacalhau, de maneira diferente. Uma vez esviscerado, o peixe vinha salgado e deixado secar ao ar livre durante vários meses. Esse peixe, uma vez seco, era chamado de “stockfiss” e, por isso, até hoje o bacalhau seco na Itália vem nomeado *stoccafisso*. *Messer Querini* começou a viagem de volta após ter carregado o navio desse produto que foi utilizado em troca de hospitalidade ao longo da viagem. Esse extraordinário alimento virou, na Itália da Contrarreforma<sup>24</sup>, a salvação para as populações forçadas à abstinência por causa da religião e da pobreza.

### 1.3 As Guerras do Bacalhau

O valor e a importância que o bacalhau teve para os homens ao longo da história nunca ficaram tão explícitos como durante a série de conflitos entre o Reino Unido e a Islândia ocorrida entre os anos 1950 e 1960 nas águas do Atlântico Norte. Como vimos, a

---

<sup>22</sup> Mais especificamente, começou a viagem na aldeia de Candia, na ilha de Creta.

<sup>23</sup> Malvasia é uma série de uvas brancas e tintas de origem grega usada na fabricação de vários vinhos. As castas estão dispersas por toda a zona do mar Mediterrâneo. É uva para vinhos licorosos.

<sup>24</sup> Contrarreforma, também conhecida por Reforma Católica, é o nome dado ao movimento que surgiu no seio da Igreja Católica e que, segundo alguns autores, teria sido uma resposta à Reforma Protestante iniciada com Lutero, a partir de 1517. Em 1545, a Igreja Católica Romana convocou o Concílio de Trento, estabelecendo, entre outras medidas, a retomada do Tribunal do Santo Ofício (inquisição).

parte setentrional do Oceano Atlântico é muito estratégica com relação à passagem de grandes cardumes de espécies de águas profundas, como o salmão e o bacalhau.

Logo após a segunda guerra mundial, período em que as atividades pesqueiras foram sensivelmente reduzidas, os estoques de peixes eram enormes e as inovações tecnológicas e mecânicas introduzidas permitiram que as traineiras das principais nações pesqueiras chegassem sempre mais longe dos territórios nacionais. Lembramos que, em 1944, criou-se o Estado Independente da Islândia<sup>25</sup> e, com isso, a Convenção Anglo-Dinamarquesa de 1901, que estabelecia o limite das águas nacionais em três milhas<sup>26</sup>, foi anulada e, em 1950, a Islândia estendeu seu limite territorial para quatro milhas além de sua costa.

O antigo conceito de direito internacional que considerava que os mares pertenciam a todos foi questionado e modificado em 1945, quando os Estados Unidos, com um pronunciamento do presidente Truman, quiseram controlar suas jazidas petrolíferas em seus bancos continentais. Controlar e proteger nacionalmente os bancos continentais onde se concentram a maior parte dos grandes peixes de águas profundas teria tido importantes consequências em nível de produção pesqueira. É por esse motivo também que a decisão islandesa de ampliar os limites territoriais encontrou, já em 1950, forte apoio (Trebbi, 1996).

A primeira “guerra de bacalhau” começou em 1º de setembro de 1958, quando a Islândia pronunciou a lei que definia a extensão do direito de pesca nas águas até 12 milhas fora do território nacional. Até então, pesqueiros britânicos pescavam regularmente até o limite estabelecido de quatro milhas. A Islândia, tendo poucos recursos naturais terrestres, não desenvolveu uma boa indústria agroalimentar e exigia o direito de proteger a própria indústria pesqueira, que era a sua fonte econômica principal e histórica tradicional.

A Islândia estava preocupada com a população de bacalhau que mostrava sinais de escassez desde 1950, quando o rendimento médio do bacalhau foi caindo. A Grã-Bretanha e outros países discordaram que a sobre-exploração da pesca nas águas tivesse sido a razão para as populações de bacalhau diminuírem, e eram contra as rigorosas cotas de captura.

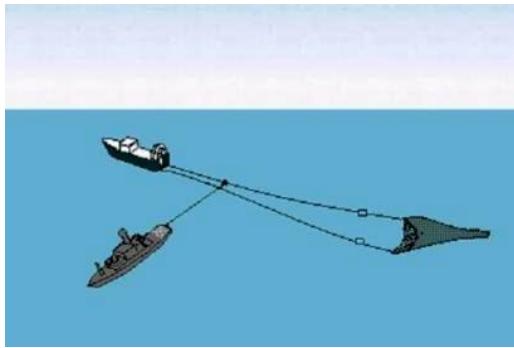
Para revitalizar o setor pesqueiro em crise e proteger os seus ativos, a Islândia, em 1º de setembro de 1972, estendeu ainda mais os seus limites territoriais, dessa vez para 50 milhas além da costa. Arrastões britânicos e alemães continuaram a atividade de pesca sem respeitar os novos limites impostos e isso provocou o início da segunda guerra do bacalhau. Esse segundo conflito foi importante porque, pela primeira vez, a guarda costeira islandesa usou os *net cutters*<sup>27</sup> contra os arrastões que estavam nas águas internas ao novo limite. Em 1973, os britânicos aceitaram o novo limite territorial.

---

<sup>25</sup> Desde 1262, a Islândia era uma dependência da Noruega e da Dinamarca. Em 1918, foi declarado o estado soberano islandês, mas ainda com rei danês.

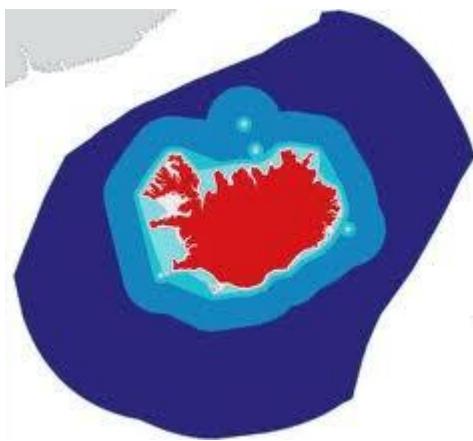
<sup>26</sup> O limite de três milhas foi estabelecido pela primeira vez em 1822, na Convenção de Pesca do Mar do Norte, assinada em Haia por França, Alemanha, Holanda, Dinamarca e Grã-Bretanha.

<sup>27</sup> Net Cutters era um sistema utilizado por algumas patrulhas de navios de pesca para cortar as redes das traineiras de arrasto.



**Figura 10 Net cutters**

A terceira guerra do bacalhau aconteceu em 1975, quando a Islândia mais uma vez estendeu a área de controle econômico sobre as capturas de peixe de 50 milhas para até 200 milhas, limite que dura até hoje.



**Figura 11 Progressiva ampliação do território islandês.**

#### 1.4 Sistema de Cotas de Pesca

Nas pescarias, introduziu-se, a partir dos anos 1990, o sistema de Cotas Individuais Transferíveis (doravante “ITQ” – Individual Transferable Quotas), que, segundo Petter Holm, é uma invenção da economia neoclássica (Holm, 2007). O ponto de partida do modelo foi o sistema das Capturas Totais Autorizadas (“TAC” – Total Allowable Catches), que nasceram como um mecanismo de intervenção designado para regular a pesca com base na contagem científica das capturas (Holm, 2007), cujas cotas de pesca são decididas pelos estados membros da União Europeia com base numa proposta apresentada pela Comissão, sendo essa proposta fundamentada em recomendações científicas. Com o surgimento da Comunidade Europeia<sup>28</sup>, veio se instaurando a Política Comum da Pesca (“PCP”), a qual regula a gestão da frota pesqueira europeia através de cotas definidas anualmente<sup>29</sup> para a preservação dos estoques e para assegurar a sustentabilidade da indústria da pesca europeia<sup>30</sup>. O princípio dessa política é o de “estabilidade relativa”, ou seja, ela confere a todas as frotas de pesca europeias igualdade de acesso às águas e permite uma concorrência leal entre os pescadores.

<sup>28</sup> Se fala de política comum da pesca já na década de 1970.

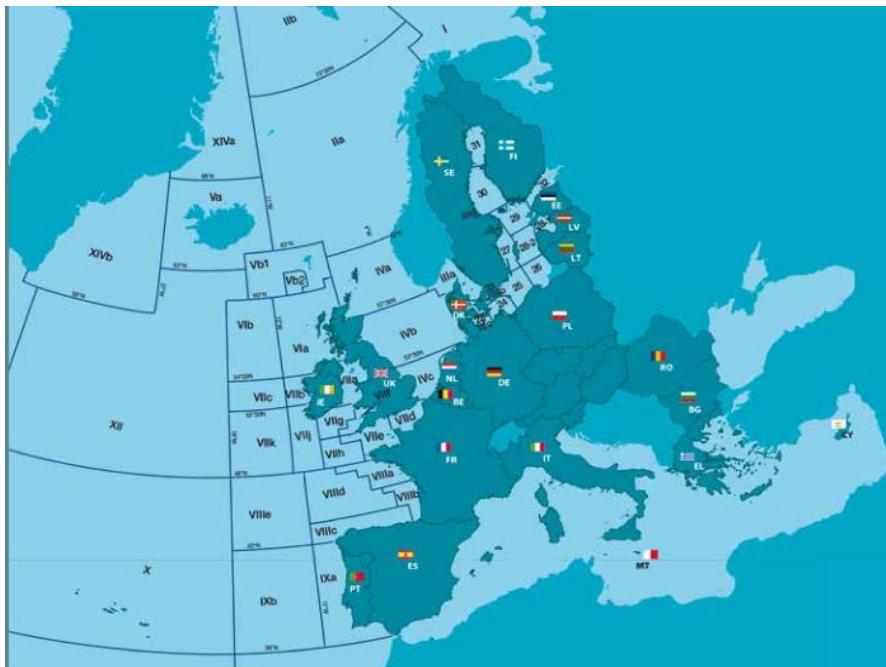
<sup>29</sup> Cotas definidas para a maioria das unidades populacionais e bianualmente para as espécies de profundidade.

<sup>30</sup> Informações detalhadas em <http://ec.europa.eu>

Cabe lembrar que o caso da pesca de bacalhau é distinto, porque envolve questões de política e de direito internacional: em primeiro lugar, a Noruega não faz parte da União Europeia e, portanto, se destaca a importância de nomear no regulamento da pesca também as águas internacionais; em segundo lugar, os cardumes de bacalhau se encontram perto do círculo polar ártico e a divisão das zonas de pesca é repartida em diferentes estados. Na relação anual que define as cotas de pesca, cada espécie é dividida em zonas de pesca, como mostrado na Figura 12.



**Figura 12** Divisão das áreas destinadas à pesca de bacalhau



**Figura 13 Zonas de pesca da União Europeia**

Fonte: site Comissão Europeia (acessível em <http://ec.europa.eu>)

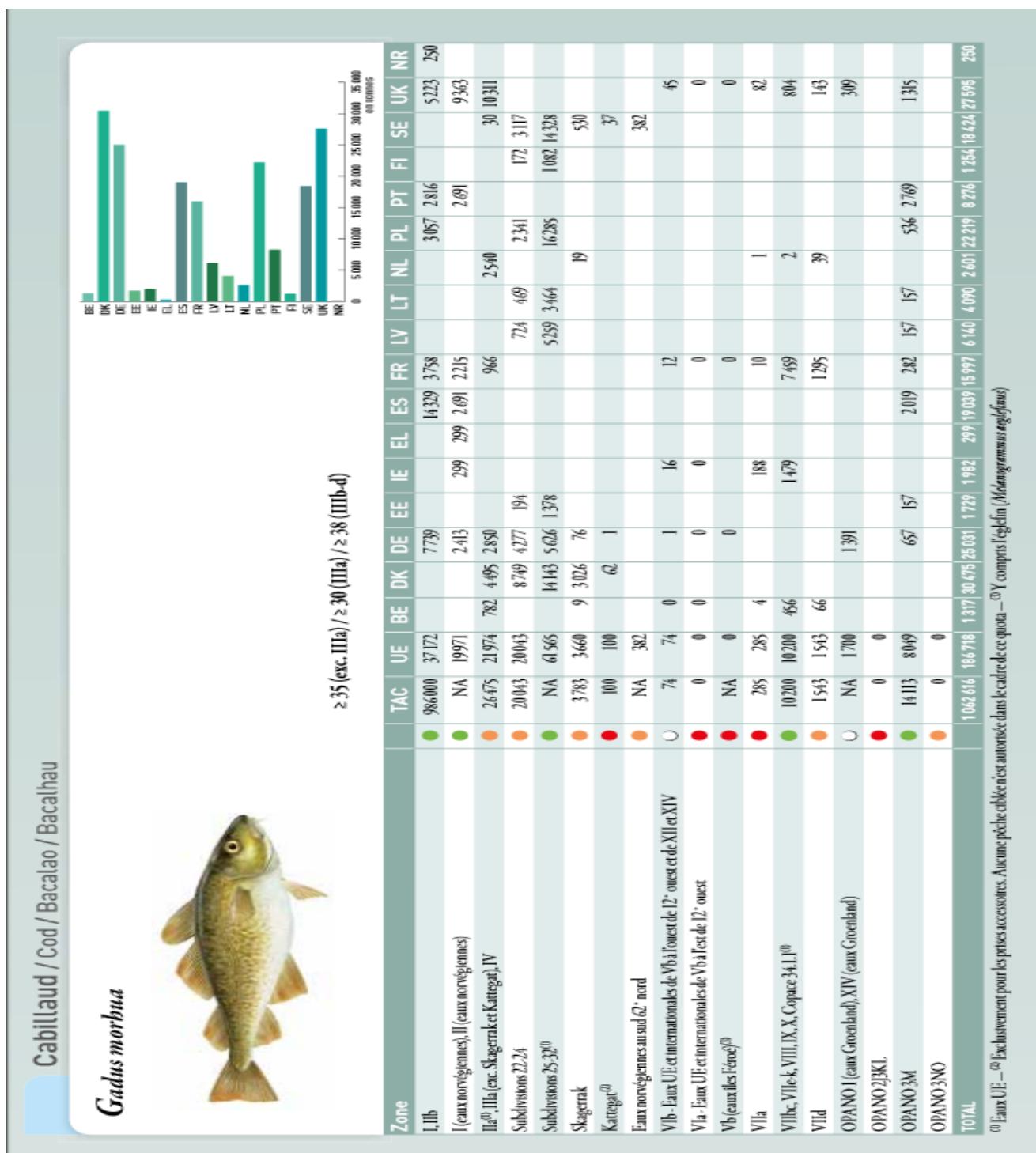


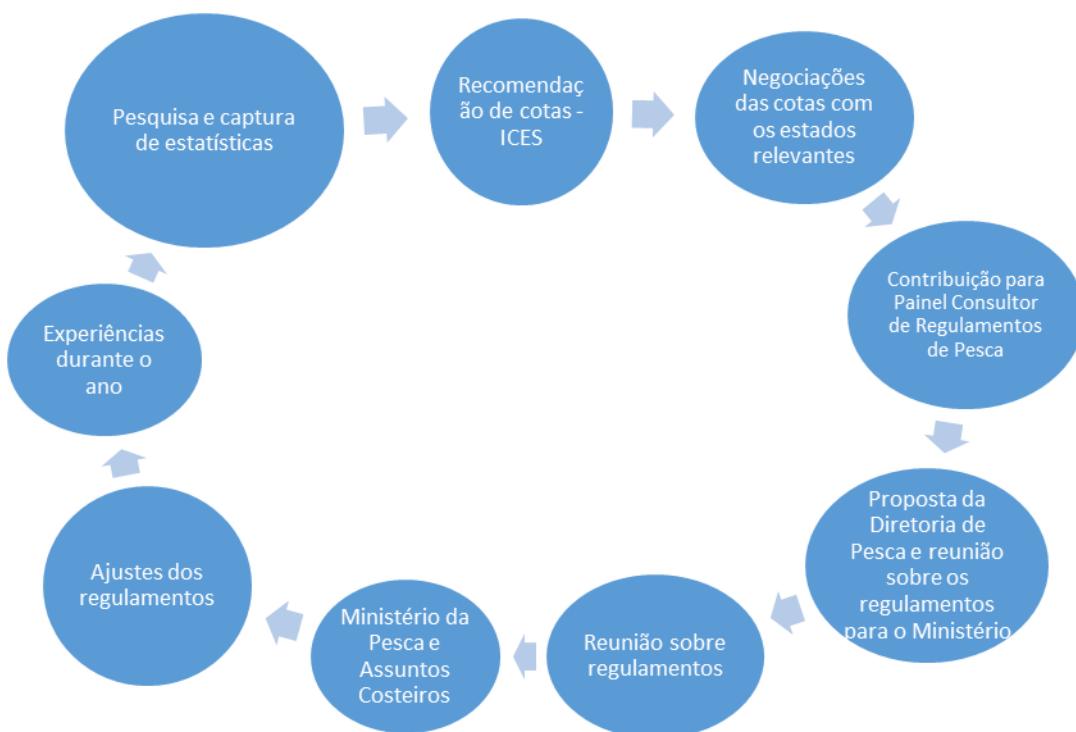
Figura 14 Cotas Bacalhau 2013

Seguindo um sistema de “estabilidade relativa”, as TAC são repartidas entre os países da União Europeia e esse sistema permite manter as cotas nacionais estáveis, mesmo quando a quantidade de peixe pescada varia. O sistema de cotas de pesca da União Europeia é apresentado no Regulamento (EU) n.º 57/2011 do Conselho de 18 de janeiro de 2011 (e atualizado anualmente) e fixa as possibilidades de pesca aplicáveis nas águas da UE, assim como para os navios da União Europeia em determinadas águas fora da UE. Uma parte específica vem dedicada aos pesqueiros noruegueses:

Os navios de pesca que arvoram o pavilhão da Noruega, assim como os navios de pesca registados nas ilhas Faroé, são autorizados a realizar capturas nas águas da UE, no respeito dos TAC fixados no Anexo I e em conformidade com as condições previstas no presente título e no capítulo III do Regulamento (CE) no. 1006/2008.

Esse sistema ITQ resolve o problema da exploração biológica excessiva, mas cria uma supercapacidade (*overcapacity*) das frotas pesqueiras com consequente concentração das capturas em poucos pesqueiros (Holm, 2007). O fato da cota ser ligada ao navio pesqueiro faz com que os pequenos pescadores sejam incentivados a vender a própria cota de pesca aos navios maiores. O pescador vira “manager” e pode dividir o TAC em pequenos pacotes e vender o próprio direito de cota individual de pescador (Holm, 2007).

A entrevista que realizamos no Conselho Norueguês da Pesca (CNP) com Johnny Håberg foi de extrema importância para entendermos o sistema de cotas de pesca. Para atribuir as diferentes cotas de pesca, o CNP utiliza o esquema apresentado na Figura 15.



**Figura 15 A cadeia regulatória**

O Conselho Internacional de Exploração dos Mares (ICES, na sigla em inglês), o Instituto de Pesquisa Marinha (IMR) e outras instituições de pesquisa fazem as recomendações que orientam as negociações que formam a base do processo de regulação doméstica. A Diretoria de Áreas de Pesca tem propostas que incluem:

- Tamanho dos peixes capturados;
- Critérios de participação em diversas áreas de pesca;
- Regulamentos técnicos;
- Quando iniciar ou interromper a pesca.

As associações de pescadores, a indústria pesqueira, os sindicatos, o Parlamento Norueguês, os governos locais, as organizações ambientais e outras partes interessadas, todos compartilham o processo decisório. Com base nessas informações, o Ministério da Pesca e de Assuntos Costeiros define as cotas e estabelece os regulamentos técnicos sobre como a pesca deve ser feita, ano após ano, assegurando previsibilidade e estabilidade por um longo tempo no futuro.

Podemos entender, portanto, a importância da presença do CNP, que representa essa indústria pesqueira ativa no mundo inteiro e foi criado diretamente pelo Ministério Norueguês da Pesca, em 1º de julho de 1991.

Para encerrar a discussão sobre as cotas de pesca, gostaria de destacar a posição de Portugal. Com a entrada, em 1986, de Portugal na Comunidade Econômica Europeia, os acordos bilaterais, pelos quais Portugal fazia valer os seus direitos históricos, foram transpostos para o quadro comunitário, o que explica a imediata quebra nas cotas e a consequente redução das capturas e da frota pesqueira. Com a criação da União Europeia em 1993, a Noruega concedeu à EU uma cota de pesca na sua zona.

Tive a oportunidade de visitar a sede produtiva da Riberalves, empresa líder no setor, que se especializou no bacalhau dessalgado e exporta principalmente no Brasil. Vera Xavier, responsável de produção da Riberalves, trabalha na sede de Moita (PT), na periferia de Lisboa, e, durante a entrevista que nos concedeu, assim respondeu à pergunta sobre o fim da frota pesqueira portuguesa:

“Têm poucos navios portugueses. Isso tem a ver com as políticas de pesca de Portugal, porque os incentivos aos pescadores baixaram. Era muito dispendioso. As cotas de Portugal também baixaram. Os investimentos eram muito grandes, mas não rentabilizavam e, aos poucos, o número de bacalhoeiros diminuiu.”

## CAPÍTULO II – CONTEXTO DO MERCADO BRASILEIRO

*Quem diria que a lasca de bacalhau, acompanhada por dente de alho, que causava tanta repugnância aos viajantes estrangeiros, se tornaria uma iguaria tão desejada e festejada em solenes momentos? Coube ao português, numa luta contínua de sobrevivência, silenciosa e persistente, dar tal prestígio, de maneira a que, hoje, o bacalhau seja venerado nas cinco partes do mundo. (Abel & Consiglieri, 1998, p. 29).*

Dados recentes do Ministério da Pesca e Aquicultura (MPA) mostram que, entre os anos 2006 e 2010, o consumo de pescados no Brasil cresceu 34% em contraposição ao consumo de carne de boi, que sofreu um decréscimo de 14% (MPA, 2010). O consumo de peixe no Brasil (9,4 quilos por pessoa ao ano) ainda é baixo em comparação com a recomendação da FAO (12 quilos *per capita* anuais), porém novas políticas de desenvolvimento das atividades pesqueiras, como o caso do Plano da Pesca e Aquicultura 2012-2014, incentivam o setor, propondo a inclusão do peixe na merenda escolar e nas refeições oferecidas em hospitais.

Atual ministro da Pesca e Aquicultura, Marcelo Crivella acredita que a produção brasileira de pescado, atualmente de 500 mil toneladas anuais, poderia chegar a 20 milhões de toneladas (*Brasil Econômico*, 2013). Exemplos brasileiros, como a Bom Futuro Piscicultura,

demostram que a aquicultura e a piscicultura estão sendo considerados negócios rentáveis e integrados à agricultura e à pecuária (*Globo Rural*, junho 2013). Essa empresa, instalada no Mato Grosso, produz algodão, soja, milho, arroz, feijão, cria gado e está investindo para ampliar a produção de tambaqui, peixe de água doce, importando maquinários do Chile, onde a aquicultura detém altos níveis tecnológicos. A produção de pescado do Brasil para o ano de 2010 foi de 1.264.765 t, registrando-se um incremento de 2% em relação a 2009. O Brasil, mesmo estando entre os 20 maiores produtores mundiais de pescados<sup>31</sup>, é um grande importador de peixe para responder à crescente demanda do mercado interno, sobretudo de peixes que não podem ser pescados em águas brasileiras. Dentro das espécies importadas, o salmão do Chile e o bacalhau norueguês ocupam os primeiros lugares, mas é a China que, em 2012, com um volume de 76 mil toneladas de pescados, se tornou o primeiro fornecedor no Brasil de várias espécies processadas (MPA, 2010).

Países	2010		2011		%	
	US\$	Kg	US\$	Kg	US\$	Kg
Chile	261.591.889	45.792.447	289.834.134	51.323.508	11	12
China	96.980.332	33.339.691	234.677.327	80.978.847	142	143
Noruega	217.114.991	34.902.893	222.129.923	33.216.474	2	-5
Argentina	167.851.069	63.154.695	158.317.551	51.493.019	-6	-18
Portugal	86.535.733	12.019.557	115.881.266	17.648.140	34	47
Marrocos	32.773.833	32.973.073	14.026.403	12.920.978	-57	-61
<b>Total</b>	<b>862.847.847</b>	<b>222.182.356</b>	<b>1.034.866.604</b>	<b>247.580.966</b>	<b>20</b>	<b>11</b>

Figura 16 Principais origens das importações brasileiras. Fonte: MPA

Segundo o Ministério da Pesca e da Aquicultura (MPA), merece destaque o grande aumento das importações brasileiras vindas da China e de Portugal. Como mostrado na Figura 16, enquanto em 2010 o Brasil importava cerca de US\$ 97 milhões em pescado e derivados chineses, em 2011 as importações dessa mesma origem totalizaram aproximadamente US\$ 235 milhões, o que representou um aumento de 142%. Dessa forma, a China subiu duas posições no ranking dos maiores exportadores para o Brasil, em valor monetário, na comparação com 2010. Tratando-se de volumes, a China subiu da quarta para a primeira posição, pois houve um aumento de aproximadamente 143%.

<sup>31</sup> Dados do Ministério da Pesca e da Aquicultura. Boletim estatístico de pesca e aquicultura, p. 17.

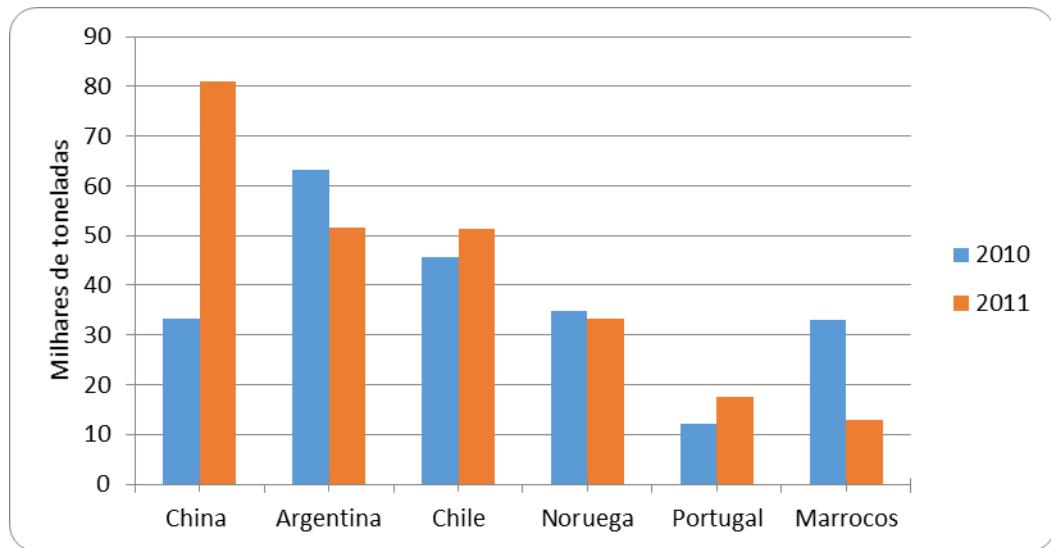


Figura 17. Principais origens das importações brasileiras em Kg. MPA

O principal produto importado em 2011, segundo os dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior citados no Boletim MPA (MPA, 2010), foi o bacalhau originário da Noruega. Portugal foi o segundo maior exportador. Como mostra a Figura 18, em 2011 foram importadas mais de 45 mil toneladas de bacalhau (acréscimo de 6% com relação ao ano anterior), com destaque para o bacalhau ultracongelado (entendido como dessalgado), que teve um aumento 4 mil toneladas em um ano.

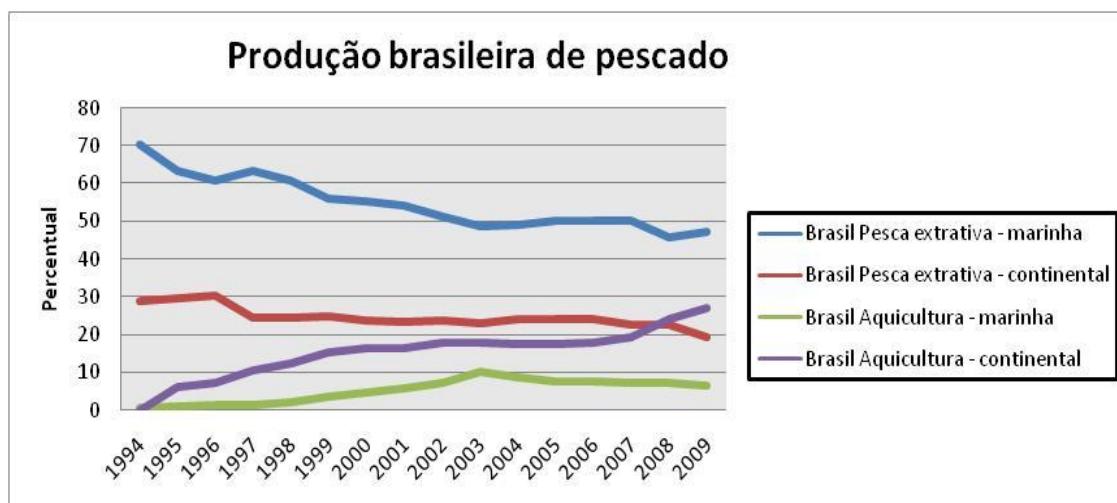
Descrição NCM	Especificações	Principais origens	2010		2011	
			US\$	Kg	US\$	Kg
Bacalhau	Polares	Noruega e Portugal	135.090.209	25.954.192	133.938.261	24.842.314
	Secos		133.356.163	14.961.917	138.478.778	14.080.648
	Gadus Congelados		23.818.808	2.476.988	51.554.306	6.932.675
Outros Filés	Congelados	China, Argentina Chile e Vietnã	141.314.670	48.240.684	293.510.765	104.624.432
Salmões	Pacífico-frescos	Chile	165.692.614	23.549.197	206.607.572	33.678.278
	Atlântico-congelados		20.182.803	4.943.554	11.561.604	2.207.749
File Merluza	Congelados	Argentina	118.588.489	43.506.250	108.631.384	34.164.725

Descrição NCM	Especificações	Principais origens	2010		2011	
			US\$	Kg	US\$	Kg
Sardinhas	Congelados	Marrocos e Holanda	30.032.683	31.711.464	22.819.973	27.877.628
<b>Total</b>			<b>846.556.749</b>	<b>224.983.515</b>	<b>1.073.224.226</b>	<b>288.373.913</b>

**Figura 18 Principais produtos importados pelo Brasil. MPA**

Respondendo à tendência para uma alimentação mais saudável e a consequente crescente demanda interna, o setor pesqueiro está investindo em aquicultura. O Brasil, detentor de 8 mil quilômetros cúbicos de reservas de águas doces e de um litoral com 7,4 mil quilômetros de extensão, tem uma grande potencialidade nesse setor, que, nos últimos anos, cresceu em um ritmo de 9% ao ano.

Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) confirmam a tendência de um crescimento da produção de peixe de aquicultura, em contraste com o decréscimo da pesca extrativa. Na Figura 19 destaca-se o constante aumento na aquicultura continental (rios e lagos) e sua aceleração de 2007 em diante. O aumento da produção continental, ou seja, em água doce de rios e lagos, além de ser atribuído à mudança generalizada para uma dieta mais saudável que leva ao crescimento da demanda de pescado, refletiria uma tentativa de levar os brasileiros a consumir mais Pirarucu, um dos maiores peixes da Amazônia. A comunidade ribeirinha da Reserva de Desenvolvimento Sustentável de Mamirauá, responsável pela pesca controlada do Pirarucu, desenvolveu um projeto para a instalação, dentro da reserva, de uma fábrica para a salga do peixe que é vendido como bacalhau (*Valor Econômico*, 2012). Nos próximos capítulos, analisam-se as perspectivas e os desafios dessa resposta brasileira ao tradicional bacalhau pescado no Atlântico Norte.



**Figura 19 Produção brasileira de pescado**

Fonte: IBGE Séries. Disponível em [seriesestatistics.ibge.gov.br](http://seriesestatistics.ibge.gov.br)

De modo geral, a produção de pescados por aquicultura sempre foi liderada pela produção de salmão e de camarão e teve um crescimento anual constantemente acelerado. Antigamente baseada na produção de camarão na Ásia e do salmão no Chile, Canadá, Noruega e Escócia, hoje em dia a aquicultura se estende às espécies de peixe-branco, avançando no Mediterrâneo, na Oceania, nos Estados Unidos e, como estamos ilustrando, também no Brasil. A mudança de captura para aquicultura e piscicultura comporta todas as consequências dos sistemas agrícolas, sobretudo no respeitante à alimentação intensiva dos peixes, que está parecendo cada vez mais com a alimentação de gado bovino e de aves e que chama a atenção pela crescente integração do conjunto da cadeia proteica. A experimentação de um tipo de alimento à base de soja para os peixes é um exemplo de como a produção em cativeiros pode modificar a natural alimentação do pescado. Os efeitos no gosto final do produto podem limitar o uso dessa prática (Wilkinson, 2006).

Com relação ao consumo de pescado, cabe lembrar a importante posição dos supermercados, os quais revolucionaram a cadeia fria dos alimentos e que jogam um papel decisivo nas escolhas dos produtos por parte dos consumidores (Reardon & Berdegué, 2002). Na maior parte da economia agroalimentar da América Latina, os supermercados, nas últimas duas décadas, passaram a ocupar um lugar sempre mais importante, detendo 50-60% do setor varejista (que até os anos 1990 era de 10-20%). O texto de Reardon explica esse fenômeno com os investimentos maciços na América Latina feitos pelos gigantes do varejo: Wal-Mart e Carrefour em primeiro lugar (Reardon & Berdegué, 2002).

Durante uma visita de campo efetuada em novembro de 2013 nos supermercados da região oeste da cidade do Rio (Barra da Tijuca), pude observar que a área dedicada ao bacalhau durante a época que precede o Natal é muito extensa e, além dos produtos, se encontram propagandas da Riberalves – que comercializa o bacalhau dessalgado – e da Norge, sigla do CNP que enfatiza a autenticidade do produto norueguês. As pessoas entrevistadas nesse dia se preparavam para o Natal com a compra antecipada do bacalhau: “Melhor comprar agora, depois o preço pode aumentar e as peças agora são melhores.”<sup>32</sup>

O caso emblemático do salmão, que nos anos 1970 era considerado um alimento de luxo e que, hoje em dia, é um produto de fácil acesso em qualquer supermercado, ajuda entender o que foi escrito sobre a potencialidade do papel dos supermercados. O Chile está se afirmado como o grande exportador mundial de salmão, mas a maior parte de salmão de aquicultura ainda chega dos países nórdicos, onde a tradição pesqueira, de pesca e de piscicultura é mais antiga.

## 2.1 O Consumo Tradicional do Bacalhau

Dedicaremos a primeira parte do segundo capítulo à contextualização histórica do mercado brasileiro de bacalhau até os anos 2000, época em que o bacalhau era consumido principalmente (ou quase exclusivamente) por pessoas de origem portuguesa e servido durante específicas datas tradicionais, como o Natal e a Páscoa.

“O enterro do bacalhau” fazia-se no sábado de Aleluia. Era uma velha tradição lisboeta que simbolizava a libertação do jejum da Quaresma que havia obrigado o povo quase exclusivamente a comer bacalhau. (Abel & Consiglieri, 1998)

---

<sup>32</sup> Fala de uma cliente do supermercado Extra situado na Barra da Tijuca, entrevistada em novembro de 2013.

O hábito de comer bacalhau chegou ao Brasil com os portugueses já na época do descobrimento, no início do século XVI. Durante as grandes navegações, precisavam de produtos não perecíveis<sup>33</sup> que suportassem as longas viagens, as quais levavam às vezes mais de 3 meses de travessia pelo Atlântico (Kurlansky, 2000). Foram os portugueses que introduziram na alimentação esse peixe seco e salgado universalmente conhecido e altamente proteico. Há registros de que, em 1508, o bacalhau correspondia a 10% do pescado comercializado em Portugal (Dias, Filipe, Menezes, & Guerreiro, 2001). O bacalhau foi imediatamente incorporado aos hábitos alimentares de uma população pobre que raramente podia comprar peixe fresco e os portugueses se tornaram os maiores consumidores de bacalhau do mundo, chamado por eles carinhosamente de "fiel amigo", porque, quando não havia outra comida para cozinhar, principalmente nas aldeias montanhosas de Portugal, havia sempre o bacalhau, que passou a ser o 'fiel Amigo' das cozinheiras e dos membros da família (Dias, Filipe, Menezes, & Guerreiro, 2001). Uma das razões pelas quais a produção em grande escala foi desenvolvida pelos portugueses é que dispunham do sal para o processamento<sup>34</sup> e do clima adequado para a secagem ao ar livre.

O catolicismo deu primeiro aos bascos e depois aos ingleses uma grande oportunidade de comércio desse produto. A igreja impunha dias de jejum nos quais era proibido manter relações sexuais e comer comidas "quentes" como carne vermelha. A carne era proibida por quase metade do ano e o bacalhau tornou-se um ícone religioso (Kurlansky, 2000).

Durante o século XVIII, em todo o mundo ibérico, a abstinência às sextas-feiras era generalizada, não se encontravam carnes nos mercados e o alimento alternativo era o bacalhau. Para os ingleses comerciantes de bacalhau, de religião protestante, tratava-se de uma grande oportunidade de negócio, tanto que se preocuparam quando, em 1802, o governo português solicitou à Santa Sé a dispensa de vários dias de jejum.

Além das sete longas semanas da Quaresma, do jejum das quatro estações, cada um dos quais dura três dias, há no Almanaque mais quinze dias de rigorosa abstinência, em que só é permitida uma refeição diária, composta de peixe e de legumes. (Abel & Consiglieri, 1998, p. 19).

Religião e bacalhau, portanto, sempre tiveram uma relação muito estreita e conhecer as festas e as práticas religiosas portuguesas, século apóis século permite reconhecer as tradições que os imigrantes portugueses trouxeram ao Brasil: Ano Novo, Reis Magos, Carnaval, Quaresma, Semana Santa, Corpus Christi, dia de finados, Natal. Nesses ciclos festivos, o bacalhau surgiu como alimento dos pobres e levou um tempo para ser considerado como prato "digno de rei" (Kurlansky, 2000).

Com a vinda da corte portuguesa, no início do século XIX, esse hábito alimentar começou a se difundir. Data dessa época a primeira exportação oficial de bacalhau da Noruega para o Brasil, que aconteceu, segundo dados do CNP, em 1843<sup>35</sup>.

Na edição do Jornal do Brasil de 1891 está registrado que os intelectuais da época, liderados por Machado de Assis, reuniam-se todos os domingos em restaurantes do centro do Rio de Janeiro para comer um autêntico "Bacalhau do Porto" e discutir os problemas brasileiros (Abel & Consiglieri, 1998). Mais de um século depois, ainda são muito comuns nos restaurantes especializados estes "almoços executivos", nos quais a conversa sobre negócios é feita saboreando-se um bom bacalhau.

<sup>33</sup> O bacalhau seco e salgado mantém as suas propriedades nutritivas por seis meses.

<sup>34</sup> A área de Aveiro ainda hoje concentra uma grande quantidade de salinas altamente produtivas.

<sup>35</sup> Dado do site do Conselho Norueguês da Pesca, acessível em <http://www.bacalhaudanoruega.com.br>.

O bacalhau aportou no Brasil junto com os primeiros portugueses, mas só com a vinda da família real para cá, em 1808, é que ele foi incorporado aos hábitos alimentares brasileiros. De 1808 até a Segunda Guerra, o bacalhau era um produto relativamente barato (mesmo sendo importado da Noruega). Com a Segunda Guerra Mundial, a escassez de comida fez subir o preço do bacalhau, que se tornou um peixe destinado ao consumo de classes altas, e também no Brasil o consumo popular de bacalhau foi confinado às festas religiosas mais tradicionais, como a Páscoa e o Natal.

Hoje em dia, o Brasil, segundo dados do Sistema Integrado de Comércio Exterior, é um dos maiores importadores mundiais de bacalhau. Segundo um artigo da revista *Dinheiro Rural*, durante 30 anos, entre as décadas de 1950 e 1980, o apresentador Abelardo Barbosa, o Chacrinha, se virava para o público e perguntava: “Vocês querem bacalhau? ” Em seguida, atirava o peixe para a plateia que disputava a tapa o produto. Naquela época, o bacalhau era uma iguaria acessível a poucos. Na última década, porém, o peixe seco e salgado vem conquistando cada vez mais espaço na mesa do consumidor brasileiro. Atualmente, ele é importado tanto de Portugal quanto da Noruega, da Islândia, da Espanha ou da França.

A denominação “legítimo” é usada para identificar o bacalhau da mais alta qualidade<sup>36</sup>. Todos os tipos de bacalhau são classificados em três categorias, que identificam sua qualidade. A mais alta é a classificação “imperial”; em seguida vem a “universal”, classificação do bacalhau que apresenta pequenos defeitos que, no entanto, não comprometem o paladar. O bacalhau classificado como “popular” é o que apresenta manchas e que tem falhas, por causa dos pedaços extirpados na hora da pesca.

## 2.2 Novos Padrões de Consumo e Mudança na Forma de Consumir

Dedicamos essa parte à contextualização do mercado brasileiro atual, caracterizado por uma certa estabilização econômica num contexto de abertura dos mercados e de consolidação da classe média, que sustenta novos padrões de consumo alimentar. Faz parte desse contexto a mudança da dieta voltada a um regime mais saudável de alimentação, com o aumento do consumo de pescado em vez de carne vermelha e, junto a isso, a alteração da forma de consumir.

Embora preocupado com uma alimentação que priorize a saudabilidade, o tempo para preparo e consumo de alimentos do brasileiro tem diminuído e o consumo fora de casa cresce. Segundo dados atuais apresentados pela Enzo Food Service, consultoria especializada na área, o consumo diário fora do lar tem atingido R\$ 60 milhões por dia. “É um segmento que cresce três vezes mais do que o país cresce por ano (PIB) ”, enfatiza o diretor Enzo Donna. Para se ter uma ideia, em 2003, o brasileiro gastava 24% de sua despesa de alimentação comendo fora de casa em apenas uma refeição; o almoço. Em 2012, as estimativas apontam para um gasto entre 28,6% e 30,1% em duas refeições: o almoço e o café-da-manhã ou o lanche da tarde. Em 2016, o percentual pode atingir 50%. Nos EUA, 52% dos alimentos prontos são food service.

Durante as últimas décadas, as condições de saúde e nutrição da população brasileira melhoraram consideravelmente, graças aos avanços tecnológicos na indústria da alimentação e ao aumento de poder aquisitivo da população. O acesso à alimentação ficou mais

---

<sup>36</sup> Para se reconhecer o bacalhau “legítimo” (morrhua), deve-se verificar se o rabo é quase reto ou ligeiramente curvado para dentro. Se tiver um “bordado” branco no rabo, não é morhua, e sim macrocephalus (bacalhau do Pacífico).

diversificado, e a população hoje em dia dispõe de uma ampla oferta com relação aos tipos de produtos que irá consumir. Os consumidores não são mais considerados agentes passivos nas escolhas de consumo, o qual se mostra um processo ativo e criativo com vários significados: locais, históricos, situacionais (Sassateli, 2007) e, como enfatizado por Lívia Barbosa, “O que se come afeta não somente ao consumidor, mas impacta nas políticas públicas e nas pessoas ao nosso redor” (Barbosa, 2007).

A consolidação da classe média, juntamente aos fatores há pouco apresentados, está mudando as tendências alimentares brasileiras para novos padrões de consumo alimentar. Isso significa, por exemplo, que está surgindo e crescendo, a cada ano, uma preocupação com relação ao consumo de tipo “consciente” e “sustentável” e está se consolidando um tipo de alimentação mais saudável<sup>37</sup>. Em contrapartida, o brasileiro vem enfrentando ritmos de vida quotidiana sempre mais frenéticos e o tempo a disposição para o preparo das refeições, sobretudo o almoço, diminui muito. Isso gerou uma forte tendência de consumo alimentar fora do lar doméstico (que analisaremos em detalhe no próximo subcapítulo), mas também alimentou o consumo de comida já pronta. Com relação ao bacalhau, notamos que se encaixa perfeitamente nesse discurso o surgimento de um segmento, o bacalhau dessalgado ultracongelado, que atende às novas exigências de preparar as refeições com o menor gasto de tempo possível.

Nas palavras de Johnny Håberg, do CNP:

“As mulheres hoje em dia trabalham mais e não têm tempo para fazer comida, também têm mais dinheiro para comprar comida pronta para preparar. É um grande marketing na Europa e agora está mudando aqui também. O bacalhau é um produto clássico cujo preparo exige cuidado. Não é bom comer esse dessalgado. (...) Na Noruega e na Europa, é só um segmento; aqui no Brasil são as classes A e B que têm dinheiro e que não tem muito tempo que às vezes compram o dessalgado, mas outras vezes compram o clássico, quando querem fazer festa, para dias especiais.”

Essa intervenção ajuda a refletir sobre o posicionamento firme do CNP com relação ao surgimento desse novo segmento de bacalhau dessalgado. Interessante notar que o vice-cônsul se refere ao bacalhau seco e salgado com o adjetivo “clássico”. Segundo ele, a produção de dessalgado não respeitaria os tempos de salga necessários para se ter um produto de qualidade.

Em contraste, analisamos a fala de Vera Xavier, da Riberalves<sup>38</sup>, que primeiramente nos indica que os brasileiros são sempre exigentes quanto à qualidade do produto:

“Os brasileiros mudaram muito o tipo de bacalhau consumido. Há cinco anos atrás consumia muito bacalhau de tipo congelado (que chega congelado dos fornecedores sem nenhum tipo de processamento prévio); hoje em dia, tendo mais poder econômico, está consumindo mais bacalhau que vem salgado na origem, de melhor qualidade. O processo a ser feito depois é só retirar as peles das barrigas e cortar em parte. (...) Brasileiro? Hoje em dia só quer lombo! <sup>39</sup>”

Em segundo lugar, fala dos novos padrões de consumo brasileiros determinados por um aumento do poder econômico das famílias:

<sup>37</sup> Temáticas apresentadas no seminário de Tendências do Consumo Contemporâneo (ESPM). Junho de 2010.

<sup>38</sup> Empresa portuguesa líder na produção de bacalhau seco e salgado e dessalgado.

<sup>39</sup> A parte mais nobre do bacalhau é justamente o lombo, porque mais carnoso.

“O poder econômico brasileiro aumentou e estamos sentindo isso. Nós exportávamos muitas espécies afins do bacalhau: saithe, ling e zarbo. Essas espécies têm diminuído e o bacalhau tem subido. O brasileiro está com mais poder econômico, tem mais do que em Portugal!”

Em um segundo momento, Vera Xavier responde à pergunta sobre a sazonalidade do consumo de bacalhau e nos informa:

“Já sentimos isso. Há cinco anos atrás sentimos muito a partir de setembro até o Natal e depois havia alguma agitação na Páscoa. Mas agora está muito nivelado, temos demanda de janeiro a dezembro.”

Isso concorda com a nossa tese de que o consumo de bacalhau não é mais relegado ao consumo tradicional e festivo e que isso faz parte de um processo complexo que o Brasil está atravessando de mudanças de consumos alimentares e de surgimento de novas tendências e padrões alimentares.

### 2.3 Consumo Fora do Lar

*Pode-se dizer que ele (o bacalhau) é o único alimento além do pão, que, depois que nos acostumamos a ele, jamais enjoamos, não podemos mais viver sem e não trocamos por nenhuma iguaria. Elena Molokhovets 1862. (Kurlansky, 2000)*

Hoje em dia, no Brasil, segundo a Pesquisa de Orçamentos Familiares POF do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), se consome mais comida fora do lar doméstico. Ressaltamos esse aspecto no caso do bacalhau, que pode ser encontrado facilmente nos restaurantes de comida a quilo e virou o carro-chefe dos botecos que servem chope gelado acompanhado por bolinho de bacalhau.

A nova tendência dos brasileiros é a de comer fora de casa e, simultaneamente, isso tem um rebate no consumo doméstico (Barbosa, 2007). A presença diária de pratos de bacalhau nos restaurantes a quilo favorece e incentiva o consumo do peixe também em casa.

Os restaurantes a quilo presentes no centro da cidade do Rio foram visitados durante vários meses, mas não foi fácil encontrar pessoas dispostas a dar informações sobre a proveniência e sobre a classificação das espécies de bacalhau utilizadas nos pratos servidos. O contato, fosse pessoal ou por telefone, era várias vezes recusado ou constantemente adiado. Das poucas informações que pude recolher, emergiu que o fornecimento de bacalhau segue principalmente lógicas de mercado e de preços. O responsável de compra dos restaurantes a quilo habitualmente tem uma ampla escolha de fornecedores e distribuidores que enviam o produto diretamente ao restaurante. São raros os casos em que os responsáveis da compra de pescado vão diretamente em centros de abastecimentos como a CADEG do Rio. Através das entrevistas e das pesquisas de campo, pude entender que os principais distribuidores de bacalhau para restaurantes no Rio são o Beirão da Serra, a Máximos Alimentos, a Ralimar Distribuidora, a Bralusa e o Frigocenter.

Os restaurantes de comida a quilo apresentam um grande interesse do ponto de vista antropológico/sociológico, porque permitem a expressão do gosto individual através de várias combinações, às vezes bastante radicais (Barbosa, 2007), como arroz e feijão com sushi.

Mas, deixando de lado os restaurantes de comida a quilo, encontramos no Rio vários restaurantes tradicionais que apresentam como prato especial o bacalhau. Marcelo Nasser, da

Riberalves, indica que esses restaurantes mais tradicionais não poderão competir com os preços dos que utilizarem o produto já dessalgado.

“Se você for no Adega Português, um prato de bacalhau para uma pessoa custa 90 reais. No atacado, o melhor bacalhau agora vai custar no máximo 28 reais por kg. O que explica essa diferença? E notar que no prato vão somente 400 gramas! Porque aqui é restaurante temático (em Portugal todos os restaurantes têm bacalhau), você não vai todos os dias. Você paga pelo espaço que ele tem para dessalgar, pela pessoa que ele tem para dessalgar, você paga pelos dias que você não vai e, o mais importante, você paga o *know-how* do cara. O português cobra por isso!”

O acesso a esse tipo de restaurante, portanto, não é com certeza popular. No Brasil, a tendência a comer fora de casa não é vista como individualização do consumo. Como aponta Barbosa (Barbosa, 2007):

Da mesma forma que não se registra uma individualização crescente do conteúdo da ingesta, também não se registra a individualização da tomada das refeições, embora as refeições formais em comum com a família em torno de uma mesa estejam efetivamente diminuindo, principalmente no café da manhã e no lanche da tarde. Mas estão diminuindo muito mais como consequência do ritmo da vida urbana e da distância entre casa e trabalho nos grandes centros do que por uma ideologia de individualização que sancione ou estimule a tomada crescente das refeições de forma individualizada. Isso se reflete claramente na grande concordância da amostra com a afirmação de que tanto o almoço como o jantar são refeições que reúnem a família. Se, além disso, considerarmos que a ideologia da importância da família nas refeições, expressa nos dados qualitativos, é reforçada quantitativamente pela amostra, na medida em que 94% dos entrevistados concordam que a comida “é muito importante na vida familiar” e 84% reafirmam que a “comida une a família”, é difícil imaginar a sociedade brasileira comendo de forma individualizada e divorciada entre si (Barbosa, 2007, p. 14).

No livro *Eating Out* (Warde & Lydia, 2000), os autores questionam como a disseminação de restaurantes afetou aspectos dos hábitos alimentares.

Comer uma refeição fora de casa é hoje uma “experiência” para o povo Inglês. (Warde & Lydia, 2000, p. 224)

A refeição fora de casa é uma forma de diversão e expressão de bom gosto e status (Warde & Lydia, 2000). É como se o fato de comer fora fosse sintoma de distinção social.

Os autores analisam a desigualdade ao acesso à comida fora de casa, distinção social, interações entre clientes e equipe e as implicações econômicas e sociais da prática de “eating out”, e se concentram sobre a refeição fora de casa apontando as diversas formas de consumir.

A refeição é um evento estruturado, uma ocasião social organizada por papéis prescritos, tempo, lugares e sequência das ações.

Podíamos encontrar tudo isso no consumo mais tradicional de bacalhau quando a preparação das refeições era associada aos membros da família. Antigamente, eram as relações sociais familiares que regulavam a provisão de comida (Warde & Lydia, 2000). Com a industrialização dos gêneros alimentares e com a venda dos pré-preparados (do supermercado), as refeições viraram *commodities*. Esse é o medo que destacamos nas falas do

vice-cônsul da Noruega, que vê na entrada do produto português dessalgado uma forte ameaça ao consumo mais tradicional de bacalhau que eles defendem.

Um hábito totalmente peculiar ao Brasil é o consumo de bolinho de bacalhau. Em Warde & Lydia (2000), encontramos referências ao petisco ou *snack* como fenômeno sem estrutura, mas veremos que o caso brasileiro é um pouco diferente.

### 2.3.1 Bolinho de bacalhau

Entre todas as culturas consumidoras de bacalhau, não há outro prato que seja mais comum quanto o bolinho de bacalhau. Interessante ressaltar que não encontramos bolinhos de bacalhau na Noruega, onde se prefere consumir bacalhau fresco, mas ele é conhecido em toda a área mediterrânea. Bolinhos no norte de Portugal, pastéis de bacalhau no centro e no sul de Portugal, são denominações diferentes da mesma especialidade gastronômica reconhecida como portuguesa, porém muito popular em Angola e no Brasil, onde é um petisco servido sobretudo em bares e botecos ou botequins.

O pastel de bacalhau, que é petisco dos amadores da pinga, e que no porto chamam de *bole de bacalhau*, desempenhou sempre um grande papel na vida citadina. (Abel & Consigliari, 1998, p. 8).

A primeira receita oficial do bolinho de bacalhau data de 1829, em um livro chamado *The American Frugal Housewife* escrito por Lydia Maria Child em Boston (Kurlansky, 2000). Seria a primeira vez em que se apresentava esse prato. A receita define os bolinhos como: “bacalhau salgado amassado com batatas e boa manteiga enrolado em pequenas bolinhas e passado em ovo batido, em seguida frito até os bolinhos ficarem dourados” (Kurlansky, 2000). Para os portugueses, a primeira receita de bolinho de bacalhau seria de Carlos Bandeira de Melo, oficial do exército português que, em 1904, escreveu um tratado de cozinha onde apresentava a receita.

Toma-se o bacalhau cozido, limpa-se de peles e espinhas, mistura-se com batatas cozidas e bastante salsa cortada em pedaços, e passa-se tudo pela máquina de picar. O polme resultante liga-se com leite e gemas de ovos e tempera-se com um pouco de sal fino e pimenta em pó. Bate-se a massa, à qual juntam-se as claras de ovos, previamente batidas em castelo, liga-se tudo rapidamente, tira-se a massa às colheradas, que tendem, fazendo-se passar de uma para outra (as colheres molham-se no azeite fervente em que os bolos hão de ser fritos) e, em seguida e sucessivamente, põe a frigir. O azeite deve ser abundante, para que os bolos mergulhem nele sem tocar o fundo. Tiram-se do azeite com uma colher crivada e põem-se a escorrer (Abel & Consigliari, 1998).

Em Portugal, os bolinhos de bacalhau também se costumam comer como aperitivo ou petisco, em pratos de frituras variadas ou como acompanhamento em pratos combinados e existe uma variante preparada com uma massa de farinha e leite que é chamada de *patanisca* ou *isca de bacalhau*.

Os franceses e os italianos também costumam consumir bolinho de bacalhau há muito tempo e, obviamente, nesses países também se discorre sobre a variante original ou a primeira receita. Segundo os franceses, os bolinhos de bacalhau seriam originários de Guadalupe<sup>40</sup>,

<sup>40</sup> Departamento ultramarino francês no Caribe.

ilhas onde o bacalhau era a comida principal dos escravos que trabalhavam nas plantações de cana de açúcar (Kurlansky, 2000). Essa variante parece mais picante do que as outras.

No Brasil, a tradição de comer bolinho de bacalhau veio com os imigrantes portugueses que se radicaram em São Paulo e lançaram essa iguaria no Mercado Municipal da cidade, que ainda hoje é considerado o maior ponto de venda de bacalhau do Brasil.

Como apontado no começo desse item, a história do bolinho de bacalhau segue lendas e tradições que tornam ainda mais interessante o estudo desse gostoso petisco. As receitas, transmitidas de mãe para filha, são ainda hoje secretas. Se conhecem os ingredientes principais, mas nenhum chefe de cozinha deixaria as proporções certas da receita.

À luz dessas considerações, destacamos a dificuldade de se conseguir averiguar a qualidade dos produtos consumidos.

O estudo do caso do bolinho de bacalhau consumido aqui no Brasil levanta problemáticas importantes ligadas sobretudo à qualidade da matéria-prima utilizada. No Brasil, não existe uma verdadeira regulamentação estabelecendo a obrigatoriedade de rastreabilidade do produto.

Novas complicações surgiram com a recente participação chinesa na produção do bacalhau desfiado utilizado na produção dos bolinhos vendidos nos supermercados e consumidos nos botecos. Um dos maiores fornecedores de bolinhos congelados vendidos nos botecos do Rio é a Real Bolinho de Bacalhau. A entrevista telefônica com Paulo Matos que trabalha há vinte anos no mercado de bolinhos de bacalhau revelou várias questões ligadas à produção, ao comércio e ao consumo desse produto. O fundador da Real Bolinho de Bacalhau ou Cod Rio é o pai de Paulo Matos, que hoje em dia gerencia a empresa (atualmente com 40 funcionários). Conta a história de como a empresa nasceu na garagem de casa da mãe dele há 25 anos, com uma pequena produção de tipo artesanal/caseira. Mas quando falamos de mercado do bolinho de bacalhau, Paulo demonstrou cautela:

“O mercado de bolinhos de bacalhau é muito competitivo e disputado. O bacalhau é um produto muito caro e, nos restaurantes, ainda é um produto de relevância. Temos que ter muito cuidado em deixar dados, sobretudo nas áreas financeira e de compras.”

O mercado desse produto, segundo Paulo, sofre uma variação de fidelidade muito grande. Afirma também que a maior parte das empresas que trabalham na produção de bolinhos de bacalhau são empresas de tipo informal. Isso alimenta a preocupação em relação à qualidade e à rastreabilidade do produto vendido. A Cod Rio, sozinha, tem cerca de dois mil clientes de varejo, mas a maior preocupação para o dono da empresa é a presença maciça, nas redes de supermercados, de bolinhos de bacalhau produzidos em Portugal, os quais, segundo Paulo, detêm 60% do mercado. O mercado do Rio de Janeiro é um dos mais importantes do Brasil com relação à venda de bolinhos e o nosso interesse é descobrir se existe um tipo de regulamentação para sua produção. Inserimos, aqui, partes da conversa telefônica com o dono da empresa Cod Rio, distribuidora de bolinhos congelados, que mostra como a falta de informação é generalizada. Mesmo o dono da empresa não tem uma ideia clara da proveniência do bacalhau que compra.

Paulo: A gente usava Saithe ou Ling antigamente, mas a pesca ficou comprometida e passou a ser um peixe caro. *Macrocephalus*, para nós, é mais conveniente na produção de bolinho. Agora usamos *Macrocephalus* que, da Noruega, vai para a China para ser desfiado, volta para a Noruega e vem ao Brasil.

Entrevistadora: *Macrocephalus* não é do Pacífico?

Paulo: São peixes de águas frias. Nem Portugal tem. (...) Trabalhamos com peixe já desfiado na China, mas não posso dar informações sobre os fornecedores por questões de concorrência. Aqui as portas estão abertas, mas não gostaria de entrar muito em detalhes sobre processamento e receita.

Essas informações sobre a cadeia do desfiado são extremamente importantes, porque confirmam a nossa hipótese de que a China, através também da demanda norueguesa, está ocupando um espaço sempre maior com relação à produção de desfiado. Essa triangulação Noruega-China-Brasil é o que mais chama a atenção. Nas lojas Casas Pedro do centro da cidade, ao pedir informações sobre o desfiado à venda (com etiqueta “origem: Noruega”), ninguém diz que esse peixe foi pescado em águas norueguesas, passou pela china e chegou ao Brasil. Após quanto tempo de viagem? O consumidor não teria o direito de saber isso?

O bolinho, portanto, é o produto mais difícil de controlar porque se utiliza bacalhau desfiado de origem incerta e, às vezes, nem se conhece a espécie utilizada para confeccioná-lo. A única legislação em vigor para o bolinho é a indicação da porcentagem de bacalhau utilizado na receita: se tiver mais de 50% de bacalhau, podemos chamar o bolinho de “bolinho de bacalhau”; se não tiver, deveríamos utilizar a denominação “bolinho com bacalhau”.

O consumo de bolinho de bacalhau no Rio não parece ter grandes oscilações sazonais. Segundo Paulo Mattos, ele é vendido o ano todo, mas apresenta picos de venda:

“Agora<sup>41</sup> [ao se aproximar o Natal] o consumo quadruplica, até quintuplica! Na mesa, em dezembro, tem sempre bacalhau, como durante a Semana Santa. No verão, vendemos mais nos botecos.”

A Cod Rio aumentou a capacidade de congelamento para poder trabalhar com pré-venda e com pronta entrega. Utilizam uma cadeia de entrega de vendedores e possuem carro de entrega.

Interessante ressaltar que o foco deles é o varejo. Eles sabem que as cozinhas dos botecos e dos restaurantes não têm mão de obra que cozinhe bolinho. Tem que ter um certo *know-how* e a mão de obra nesse setor é muito flutuante.

O processo de preparação prevê as fases de desfiamento, preparação e confecção.

“Hoje em dia nós pulamos a fase de desfiamento. Chega já desfiado da China, é muito mais barato do que se fosse desfiado na Noruega.”

O preço do bolinho à venda depende de muitos fatores. Segundo Paulo Matos, é um produto bastante caro. No supermercado Prezunic, a embalagem de 280 gramas de bolinhos (porção com 12/13 bolinhos) está sendo vendida por R\$ 8,99. No supermercado Mundial, o mesmo produto está sendo vendido a R\$ 9,98. Como Paulo Matos destaca: “Imagina, por 13 reais você compra um kg de carne!”.

Ficou claro, pela cautela do entrevistado, que existe muita concorrência e que isso depende também do acesso à informação. No final da entrevista, o dono da empresa revela projetos futuros de relação com a China que chamaram minha atenção.

“Ano que vem vamos tentar organizar uma viagem à China para ver se conseguimos trazer o produto desfiado diretamente dos produtores chineses. Temos que ver se há disponibilidade desse produto lá na China. A informação que nós temos é de que esse produto não está disponível na China; ele é mandado à China pelas empresas norueguesas e retorna depois à

---

<sup>41</sup> Entrevista telefônica efetuada em data 12/11/2013

Noruega. A Noruega depois vende para o mundo inteiro. Temos que entender melhor isso. Porque tem empresas chinesas que estão comprando bacalhau para processá-lo e vender desfiado no mundo inteiro. Se a gente conseguir quebrar essa cadeia e eliminar o custo do “atravessador”, do distribuidor brasileiro, a gente faria uma economia enorme.”

## CAPÍTULO III – UM NOVO MERCADO PARA O BACALHAU

Analisaremos, nesse capítulo, o nosso produto, numa estrutura de mercado completamente globalizada, em que diferentes atores e distintos segmentos interagem seguindo uma lógica de governança e coordenação próprias.

Serão apresentados os vários segmentos do mercado de bacalhau no Brasil, ou seja, as tipologias e formas que o consumidor brasileiro encontra nos supermercados, nas feiras, nos restaurantes e nos botecos: bacalhau dessalgado ultracongelado, bacalhau seco e salgado, bacalhau desfiado.

Na segunda parte, entenderemos a estruturação do funcionamento da cadeia, olhando de perto as experiências e as escolhas dos três países envolvidos (Noruega, Portugal e China), apresentando quatro tipologias de cadeias em que os países estão estruturados para atender ao mercado brasileiro.

Para introduzir a lógica e a estrutura do mercado de bacalhau no Brasil, é importante definir a escolha do nosso olhar analítico ao longo da cadeia. A teoria das GVC, estabelecida por Gereffi (Gereffi, Humphrey, & Sturgeon, *The governance of Global Value Chains*, 2005), cria uma base importante para o mapeamento da cadeia e para revelar novas possíveis tendências de estruturação do setor de bacalhau. Entendemos que, com relação à cadeia de bacalhau, não é possível efetuar um mapeamento levando em consideração simplesmente os aspectos tecnológicos envolvidos, como a noção analítica de cadeia sugeriria, mas é necessário destacar a importância do enraizamento social, econômico e cultural dessa cadeia nos países estudados. Contextualizando a teoria das GVC socioeconomicamente, podemos valorizar a consolidação dos padrões de organização das atividades nos diferentes países. A cadeia de bacalhau pode, portanto, ser definida como “norueguesa” ou “portuguesa” por ser moldada pelo passado da unidade econômica social e cultural desses dois países.

Diferente seria o caso de cadeias globais nas quais estão presentes empresas de tipo transnacional, não enraizadas no contexto econômico e social do país. Na cadeia de bacalhau, isso não acontece, e cada país estudado continua mantendo a própria marca distintiva ao longo da cadeia. Introduzimos também o conceito de *path dependence* por sua relevância para o nosso estudo. Segundo Paul David (David, 1985), “escolhas feitas quando uma instituição está sendo formada, ou quando uma política está sendo iniciada, terão uma contínua influência amplamente determinante no futuro”. Desse modo, uma vez que se tenha adotado uma trajetória específica, seria necessário um grande esforço ou até mesmo um choque externo para alterar a direção e o curso das instituições em momentos posteriores (David, 1985). No nosso caso, podemos pensar que a forma como a cadeia ou essa atividade econômica foi iniciada e organizada tem um peso permanente no modo como ela é subsequentemente modificada e elaborada. No caso do bacalhau, isso é ainda mais importante, porque a forma como essa cadeia foi iniciada não desapareceu. É importante lembrar que estamos falando de um produto que hoje em dia no Brasil é visto como exótico, porque de importação, mas que era central para a reprodução de sociedades pré-modernas e que durante centenas de anos impôs as próprias marcas distintivas de países. Nas cadeias alimentares estabelecidas há muito tempo, como a cadeia do peixe, onde múltiplos atores privados e públicos vêm definindo estratégias e políticas ao longo do tempo, modelos de governança claros se estabelecem com mais dificuldade (Wilkinson, 2006). A dinâmica das cadeias de alimentos estabelecidas há mais tempo é mais complexa do que, por exemplo, o caso do setor hortifrutigranjeiro.

Dedicamos uma parte desse capítulo à estruturação da cadeia que ilustramos também graficamente. Na realidade, distinguimos quatro tipos de cadeias com dinâmicas diferentes, destacando os elos envolvidos e as dinâmicas de coordenação em que os vários atores atuam.

[...] importante nas GVC é a governança. Se refere aos atores chave da cadeia que determinam a divisão do trabalho entre empresas e a forma das capacidades dos participantes de fazer um processo de *upgrading* nas atividades. Inicialmente foram identificados só dois tipos de estrutura de governança nas cadeias globais de commodities: producer-driven e buyer-driven. (Gereffi, 2001).

A análise das GVC permite interpretar cadeias mais simples, onde existe uma empresa líder e, a partir daí, se interpretam as várias formas de coordenação (relacional, modular, cativa, hierárquica) e se diferenciam dois tipos de governança: *supply-drive* e *demand-driven* (Gereffi, Humphrey, & Sturgeon, *The governance of Global Value Chains*, 2005), mas isso não é suficiente para o nosso estudo, porque, por exemplo, não existe ao longo da cadeia de bacalhau uma empresa considerada líder. O trabalho de Neils Fold, sobre a cadeia de cacau, ultrapassa esse conceito de *Global Value Chain* apresentado por Gereffi e é considerado uma base analítica para se entender dinâmicas de mercado que não sejam lineares (Fold, 2002). O autor mostra como existe um tipo de estrutura bipolar onde os processadores de cacau, por exemplo, têm o mesmo poder ao longo da cadeia das empresas de chocolate, presentes ao final desta (Fold, 2002).

Nossa intenção é desenhar um tipo de cadeia multipolar que ultrapasse também a polaridade, porque, ao longo dessa *Value Chain*, dependendo do país e do segmento produtivo, mudam as dinâmicas de governança e cada elo da cadeia é interligado ao outro, tendo em conta todas as observações que destacamos sobre enraizamento.

### **3.1 Segmentos do Mercado de Bacalhau no Brasil**

A escolha de destacar os segmentos do mercado de bacalhau presentes no Brasil depende da importância desses na criação de mercados diferentes e específicos. Na Figura 20, mostramos essa distinção em bacalhau seco e salgado, desfiado e dessalgado ultracongelado com a classificação das espécies de bacalhau utilizadas para produzi-los.



**Figura 20** Os diferentes segmentos de bacalhau no Brasil. Fonte: Elaboração e fotos próprias.

### 3.1.1 Bacalhau seco

O caso do bacalhau seco será descrito simplesmente para deixar clara a diferença entre esse e os outros tipos de processamentos. De fato, é o processo mais antigo que o homem conheceu, fala-se de bacalhau seco, por exemplo, quando nos referimos à época dos vikings. O bacalhau seco é conhecido nas terras do Norte como *stockfish* ou na versão italiana de *stoccafisso*, um peixe que, após a pesca, vem descabeçado, eviscerado e pendurado ao ar livre para o processo de secagem. A preparação do *stockfish* norueguês segue regras milenares e, até hoje, entre os meses de março e julho, se encontram fileiras de peixe em fase de secagem nas ilhas mais remotas do norte da Noruega<sup>42</sup>. Segundo dados apresentados no site do CNP, as exportações norueguesas de *stockfish* para 2013 chegaram a 6.033 toneladas (Johansen, 2014). Desses, 3.844 toneladas provenientes do arquipélago de Lofoten, que exporta somente para Itália o equivalente a R\$ 154 bilhões (NOK 299 bilhões).

<sup>42</sup> O famoso arquipélago das ilhas Lofoten é um grande centro da pesca do bacalhau, recebendo o peixe fresco diariamente das traineiras, sobretudo os de pequena dimensão, para começar o processo de secagem.



Figura 21 Processo de secagem do bacalhau “stoskfish”

Os pescadores do norte da Noruega preparam dois tipos de bacalhau seco: o bacalhau chamado de “redondo” e o “cortado”. O bacalhau “redondo” vinha limpo das partes internas e deixado exsicar inteiro; ao contrário, o bacalhau “cortado”, como diz o nome, vinha cortado ao longo da espinha dorsal. Esse tipo de peixe foi mencionado muitas vezes na literatura através dos séculos. O italiano Querini, que ficou “preso” na Ilha de Rost em 1431, após um naufrágio, escreve falando do povo norueguês que encontrou:

que seca o stockfish no vento e sol, usando sem sal, e como o peixe contém pouco de umidade ou a gordura que se tornou tão seco como a madeira. Quando é comido, é primeiro espancado com um machado, e se torna fibroso, como um nervo. Em seguida, manteiga e temperos são adicionados de aroma. (Cerini Di Castegnate, 2008).

Esse produto não é vendido no Brasil. Encontra-se somente após importação de iniciativa privada em cidades como São Paulo, mas, segundo as informações coletadas ao longo da pesquisa, não seria um segmento que chega nos supermercados brasileiros.

As entrevistas efetuadas na Noruega durante uma feira de peixe na praça principal da cidade de Bergen também revelaram isso. As exportações de bacalhau seco norueguês destinam-se principalmente ao mercado italiano (detêm 60% do valor das vendas de bacalhau seco norueguês) e à Nigéria. A empresa Harald Mowinckel AS, de Odd Tøndel, que pude entrevistar em Bergen, focaliza a produção e a venda desse produto nesses mercados, exportando através de funcionários que têm contato direto com os importadores. Essa escolha empresarial difere da uma situação que o mesmo empresário explica ao longo da entrevista:

“A presença de poucos agentes ao longo da cadeia cria problemas de acesso ao mercado. Vejo o mercado brasileiro como um cartel, um tipo de monopólio onde as grandes cadeias estão importando diariamente mas somente através dos próprios agentes brasileiros que estão atuando também como agentes dos exportadores na Noruega. É como se atuassem um duplo jogo.

Essa declaração é muito importante para os fins do nosso trabalho porque entra na discussão das GVC sobre as diferentes articulações da cadeia. Como estamos destacando, para alguns atores (nesse caso, estamos falando de um produtor norueguês), existem grandes problemas ao longo da cadeia devido à opacidade de informação, o que está criando algo parecido a uma máfia ligada à importação/exportação de bacalhau. Não entramos no detalhe do estudo da empresa portuguesa Rui Costa, mas as informações recolhidas apontam para

uma escolha, por parte do dono dessa empresa, de um tipo de verticalização das atividades produtivas que provavelmente tem a ver com a falta de clareza nas transações destacada também por Odd Tøndel da empresa Harald Mowinckel.

### 3.1.2 Bacalhau seco e salgado

Entramos agora no segmento de bacalhau mais tradicional e difuso no Brasil, o bacalhau seco e salgado, cuja entrada no mercado brasileiro deu-se com a chegada da família real portuguesa ao Brasil. Vimos, no primeiro capítulo, que a história desse produto é muito antiga, tendo sido ele, por muito tempo, a base proteica de comerciantes, navegantes e trabalhadores escravos das plantações de cana-de-açúcar caribenhas (Kurlansky, 2000). Trata-se de um segmento importante, porque cria um mercado próprio, que é o mercado tradicional ligado ainda às funções religiosas e a determinadas épocas do ano.

A definição de bacalhau seco e salgado depende da quantidade de umidade que ele possui. Esse peixe é definido como salgado verde quando detém 55-58% de umidade, porcentagem que diminui até 47% após a secagem<sup>43</sup>.

Um problema encontrado ao longo da pesquisa foram as diferentes nomenclaturas. Em Portugal, por exemplo, o bacalhau é classificado e nomeado de acordo com o seu peso. Por exemplo, se o peixe pesa perto de 1 kg é chamado “corrente”; de 1 a 2 kg, “crescido”; de 2 a 3 kg, “graúdo”<sup>44</sup>. Aqui no Brasil a denominação é totalmente diferente, porque é definida pelas unidades de peixe embaladas em caixas. Por exemplo, cada caixa para a exportação pode conter 13/15 unidades, 16/20 unidades ou 4/6 unidades, dependendo obviamente do peso e do volume e essa numeração acaba sendo utilizada como denominação do bacalhau em folha, presente também nas embalagens ou nas etiquetas afixadas nos supermercados. Reconhecemos, por exemplo, que um bacalhau em folha 4/6 pode ter mais de 3 kg de peso.

Segundo dados encontrados no Sistema de Análise das Informações de Comércio Exterior (*ALICE Web*), em 2012 as importações de bacalhau seco e salgado (de *Gadus Morhua*) foram de 14 mil toneladas. Como já mostrado na fig no capítulo 2, a origem das importações de bacalhau se divide entre Noruega e Portugal. Existe, como destacaremos adiante, uma importação direta de bacalhau seco e salgado da Noruega e uma cadeia em que o bacalhau já vem processado de Portugal antes de chegar aos portos brasileiros.

Quando falamos de processamento, queremos dizer uma série de atividades necessárias para a produção final de folhas de bacalhau seco e salgado, como apresentado na figura 23. Hoje em dia, o processamento efetuado para a produção de bacalhau seco e salgado nos dois países é parecido, porque a secagem é feita artificialmente. Antigamente, a secagem era feita ao ar livre, como mostra a Figura 23 de arquivo de site internet. Durante a pesquisa de campo em Portugal, visitei a cidade de Aveiro e sua área portuária (chamada Avenida dos bacalhoeiros), onde se situam as principais empresas de produção e exportação de bacalhau portuguesas.

---

<sup>43</sup> Dados coletados na visita de campo em Portugal, na empresa Riberalves.

<sup>44</sup> Informação obtida durante a entrevista com Vera Xavier, da Riberalves.

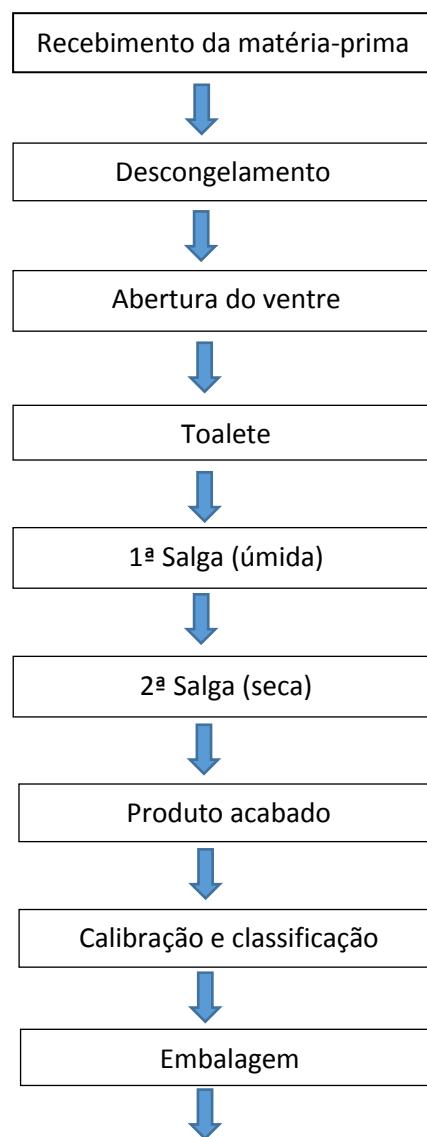


Figura 22 Avenida dos bacalhoeiros Aveiro fonte própria



Figura 23 Foto histórica secagem

Ainda hoje existem empresas em Portugal que utilizam a secagem natural, mas, na região de Aveiro, que visitei, a parte externa das empresas, destinada à secagem natural, hoje em dia não é utilizada.





**Figura 24 Fluxo operacional do processamento para bacalhau seco e salgado**

Com relação à secagem artificial, Vera Xavier, da Riberalves explica:

“Após a primeira salga (úmida), chamada também de salmoura, o bacalhau segue para o processo de secagem, que é feito em quatro túneis de secagem estáticos, com ventiladores que forçam o ar a ventilar de uma direção a outra e tem uns evaporadores que puxam a umidade, eliminando a água. É tudo controlado por um sistema informatizado que controla a temperatura e a umidade. É muito raro ter secagem natural por causa dos riscos elevados de perda da produção (por exemplo, pragas ou presença de insetos etc.), que não dariam uma resposta produtiva de tipo industrial. Com a secagem natural, o resultado da produção depende muito do clima. [...] Após o processo, passa por um banho para tirar o sal em excesso e segue em câmeras refrigeradas. Está com 16% de sal, mas, para ser consumido, tem que ter entre 0,5 e 3% de sal. O bacalhau pode ficar até quatro ou cinco meses em salga.”



**Figura 25 Processo de salga. Fonte própria.**

É importante destacar que o período de salga é determinante para se obter um produto de qualidade e é com relação a esse tempo que noruegueses e portugueses têm diferentes opiniões. Vera Xavier, durante a visita à empresa Riberalves, me indicou que o processo de salga inicial pode durar entre 7 e 10 dias. Segundo Johnny Håberg, vice-cônsul norueguês:

“Nem quero falar sobre dessalgado quando eles [os portugueses] não secam. Não tenho certeza, mas sei que eles não secam na verdade como deveriam. Não fazem o produto clássico e depois dessalgam. Eles cortam o processo. Nós sabemos disso, mas é difícil falar porque precisaríamos ter polícia para ver. Eles não fazem o processo de secagem e salga até o ponto e depois dessalgam porque seria muito caro. Se você perguntá a Rui Costa ou a

Riberalves, eles podem falar o que eles quiserem. Se está escrito no pacote, é diferente. Se não está escrito, não é legal não!”<sup>45</sup>

Segundo o CNP, portanto, a presença no mercado desse novo produto dessalgado, que eles não produzem em território nacional, minaria a imagem do bacalhau tradicional, por ser inferior em qualidade. Assim, denunciam a falta de informação sobre o tempo de salga, fundamental para determinar a qualidade do produto, que nem a legislação europeia nem a legislação brasileira exigem na etiquetagem do produto.

Além de ser consumido no lar doméstico, o bacalhau seco e salgado é servido em restaurantes típicos de origem portuguesa que respeitam as receitas mais tradicionais: bacalhau à Gomes Sá, à lagareiro, à zé Pipo, à Bras. Devido ao alto custo de mão de obra qualificada para a dessalga do bacalhau e ao espaço necessário para essa operação (que pode demorar 48 horas), o valor do prato de bacalhau no restaurante é bastante caro (em torno de R\$ 90 o prato). Em 27 de janeiro, entrevistei o gerente do restaurante Taberna da Glória, cuja especialidade é a carne, mas que serve também receitas refinadas de bacalhau. Pedi informações sobre a compra e a escolha da matéria-prima e o gerente explicou que eles recebem semanalmente dois fornecedores (representantes de atacadistas) e efetuam uma cotação do bacalhau. O gerente admitiu que a escolha do bacalhau, às vezes, não depende somente da qualidade, mas também das condições de pagamento oferecidas (parcelamento, descontos etc.).

### 3.1.3 Bacalhau desfiado

Entendemos por bacalhau desfiado um tipo de apresentação do bacalhau em lascas salgadas, sendo este o utilizado geralmente na preparação de bolinhos. Para esse segmento, habitualmente se utilizam as partes menos nobres do bacalhau, que, durante a fase de toalete<sup>46</sup> do peixe, são descartadas e reutilizadas. Neste caso, as lascas seguem para um processo de salga<sup>47</sup>.



Figura 26 Bacalhau desfiado. Fonte: própria.

Durante a pesquisa de campo, pude perceber uma grande falta de informação sobre a proveniência desse produto. Em primeiro lugar, o fato de se apresentar como desfiado não permite ao consumidor reconhecer a espécie do peixe. Sabemos, por exemplo, que a cauda do *Gadus Morhua* é reta, à diferença daquela do *Gadus Macrocephalus*. Em segundo lugar, segundo quanto escrito na legislação (Anexo 1), não é clara a origem de produtos que foram

<sup>45</sup> Fala original transcrita após gravação durante a entrevista efetuada no CNP.

<sup>46</sup> Limpeza das peles das barrigas e das espinhas.

<sup>47</sup> Informações coletadas na visita à empresa Riberalves.

manuseados em outros países. Nas lojas Casa Pedro, do Rio de Janeiro, o bacalhau desfiado é colocado em uma caixa transparente (de 40 cm<sup>3</sup>), sem ventilação, exposto a temperaturas externas que degradam o alimento e cuja etiquetagem não traz nenhuma informação nutricional, de conservação, de validade ou de localização do produtor. As entrevistas nessas lojas foram complicadas, porque poucas pessoas tinham informações mais detalhadas sobre o produto à venda. O gerente da Casa Pedro na região da Uruguaiana (centro do RJ), afirmou que o produto vinha da China.

Com relação à concorrência chinesa, Vera Xavier, da Riberalves, afirma:

“Em termos de desfiado, estamos sentindo uma forte concorrência. Os chineses têm mão de obra barata, só que, mais uma vez, em termos de especificação das espécies, é muito complicado. Não temos certeza se o desfiado é de bacalhau mesmo.”

Destacamos, portanto, que esse produto, que entrou no comércio para facilitar a preparação de receitas que preveem o desfiamento do bacalhau, criou uma cadeia própria, com os atores tradicionais se reposicionando ao longo dela e utilizando empresas na China para processar o produto de maneira mais econômica. Utilizando a teoria das GVC, vemos no papel da China no desfiamento do bacalhau um tipo de governança cativa (Gereffi, Humphrey, & Sturgeon, 2005).

A mesma Riberalves detém uma estrutura na China para o desfiamento de bacalhau *Gadus Macrocephalus* e *Alaska Pollock*<sup>48</sup> (espécies pescadas no Pacífico Norte). Veremos, mais adiante, a estruturação dessa cadeia com a entrada da China como ator chave no processamento de bacalhau.

Nas grandes cadeias de supermercados, como Carrefour, Extra, Mundial e Zona Sul, se encontra bacalhau desfiado sobretudo da espécie *Saithe* (ou *Alaska Pollock*) e cuja produção é interna ao próprio supermercado que, após a recepção do peixe seco e salgado, o desfia e o coloca em embalagens com etiquetas como aquela mostrada na Figura 27, onde não é esclarecida nem a proveniência do pescado nem a localização de sua produção.

---

<sup>48</sup> Alaska Pollock é o nome inglês utilizado para definir uma espécie que, no Brasil, é conhecida com o nome de escamudo-negro ou polaco ou polaca do Alasca. Trata-se de um peixe da família do bacalhau (Gadidae), cujo nome científico é *Theragra chalcogramma*. Segundo a legislação brasileira, os produtos confeccionados com esse tipo de matéria-prima têm que utilizar a denominação “peixe tipo bacalhau”.



Figura 27 Etiqueta bacalhau desfiado Extra. Fonte: própria.

### 3.1.4 Bacalhau dessalgado ultracongelado

A presença de bacalhau dessalgado ultracongelado nos supermercados brasileiros é relativamente recente. É um tipo de produto comercializado há 5 anos especialmente para o mercado brasileiro. A produção de dessalgado em Portugal<sup>49</sup> é ainda menor, mas se pensamos na produção de dessalgado destinado ao Brasil, essa está mais equilibrada. O aumento da demanda desse segmento possibilita várias reflexões. Primeiro, podemos refletir sobre o maior poder de compra das famílias brasileiras. O bacalhau dessalgado é relativamente mais caro do que o seco e salgado, mas, hoje em dia, cada vez mais brasileiros podem comprar esse tipo de produto.

Em segundo lugar, podemos ressaltar a importância desse produto como um produto pronto para cozinhar. As mulheres, atualmente, trabalham e ganham muito tempo na preparação do peixe. Isso leva também a um consumo mais cotidiano do bacalhau ou, como falamos no capítulo 2, a um consumo desritualizado, porque ele não é mais destinado somente ao uso tradicional.

Conhecemos o procedimento de produção do bacalhau dessalgado ultracongelado na empresa Riberalves, em Moita, Lisboa, durante a pesquisa de campo. Nessa visita, acompanhamos o processo completo de produção a partir da chegada do peixe congelado<sup>50</sup> ou verde<sup>51</sup> até a embalagem do produto dessalgado. Os principais fornecedores para essa empresa são a Noruega, a Islândia e o Alaska. O processo é dividido em duas linhas. Uma para a produção do bacalhau “asa branca<sup>52</sup>” e a outra destinada à produção do bacalhau “asa preta<sup>53</sup>”.

Uma vez que o bacalhau é preparado, ou limpo e salgado, começa a primeira fase de maturação. O bacalhau dessalgado ultracongelado é vendido em peças selecionadas, o que

<sup>49</sup> Dados relativos à entrevista efetuada na sede produtiva da Riberalves.

<sup>50</sup> Após a captura, o peixe vem descabeçado e semi-esviscerado

<sup>51</sup> Bacalhau verde é o bacalhau que chega já salgado. Define-se “Verde” quando tem entre 55 e 58% de umidade. Segundo Vera Xavier, da Riberalves, com essa matéria-prima o produto final seria de maior qualidade.

<sup>52</sup> Asa branca é o bacalhau sem espinhas e sem as peles da barriga. A linha “asa branca” é destinada exclusivamente à exportação.

<sup>53</sup> Asa preta é o bacalhau com as peles da barriga e é vendido em Portugal.

significa que, após o processo de salga em baixo de camadas de sal<sup>54</sup>, o peixe é cortado para seguir para o processo da dessalga<sup>55</sup>. Vera, durante a entrevista, explica que, na sala de cortes, a qual visitei, cada grupo de operadoras se destina a um tipo de posta. Eles separam as postas por tamanho, espessura e tipo. Como mostra a Figura 30, os lombos mais grossos vêm separados dos lombos mais finos porque têm uma quantidade de sal diferente e, por isso, tempo de dessalga distintos. Um lombo grosso pode levar noventa horas para dessalgar e um lombo mais fino, sessenta.



**Figura 28 Processo de dessalga. Destino Brasil. Fonte: própria.**

“É importante dividir bem as peças porque não existe um bacalhau igual a outro”, diz Vera.

Na empresa Riberalves, a sala de “demolha” é imensa. São vinte e cinco tanques de dessalga com água refrigerada<sup>56</sup>, cada um com vinte toneladas de capacidade. Uma vez colocadas as postas nos recipientes, há um registro no sistema informático. Quando a água atinge o ponto de saturação, ela se renova automaticamente. Após a demolha, se restam dúvidas sobre os tempos de dessalga, fazem uma degustação ao natural para verificar o teor de sal. A última fase desse longo processo é a ultracongelação, que ocorre a -45° durante quatro ou cinco horas. O produto agora está pronto para o controle de qualidade que verifica o teor de umidade. O bacalhau passa por uma pré-seleção na linha de produção, onde os operadores, habitualmente mulheres, verificam se o bacalhau apresenta algum defeito. Se for partido, negro, ou com excesso de umidade, ele é retirado e utilizado como “peças universais”, cortadas para caldeiradas.

Nos últimos anos, os portugueses ganharam a supremacia nesse segmento. De fato, a quase totalidade do bacalhau dessalgado que encontramos nos supermercados é Riberalves. Isso depende sobretudo da estratégia empresarial que promove a fidelização do distribuidor, garantindo sua exclusividade na venda do produto; mas, quando se trata de grandes cadeias de supermercados, como Pão de Açúcar, Wal-Mart, Carrefour e Mundial, a Riberalves exporta diretamente, sem passar por agentes intermediários<sup>57</sup>. Nos supermercados brasileiros, encontramos bacalhau dessalgado também de produção espanhola com a marca La Rioja, mas em porcentagem menor em comparação com os produtos portugueses.

<sup>54</sup> O tempo de salga varia de 7 a 10 dias.

<sup>55</sup> Dessalga é um termo brasileiro. Em Portugal, chama-se “demolha”.

<sup>56</sup> Com uma temperatura que não chega a ser de mais de 5° C.

<sup>57</sup> Informação adquirida na entrevista com o representante da Riberalves no Brasil.

### 3.2 Estruturação do Funcionamento da Cadeia

Após a análise dos diferentes segmentos de bacalhau presentes no mercado brasileiro, entendemos que cada um deles não pode ser inserido em uma cadeia global de valores sem se observar a contextualização socioeconômica da atividade produtiva inserida e enraizada em países específicos, com tradições e políticas diferentes. Na tentativa de propor um modelo de análise diferente, observamos os principais países fornecedores de bacalhau (Noruega e Portugal) e a maneira como interagem ao longo da cadeia, a qual não entendemos somente como uma divisão entre atividades (fornecedor, produtor, transportador), mas sim como atividades enraizadas em redes sociais, contextos culturais e políticos.

1 Bipolar compartilhada: Noruega-Portugal-Brasil

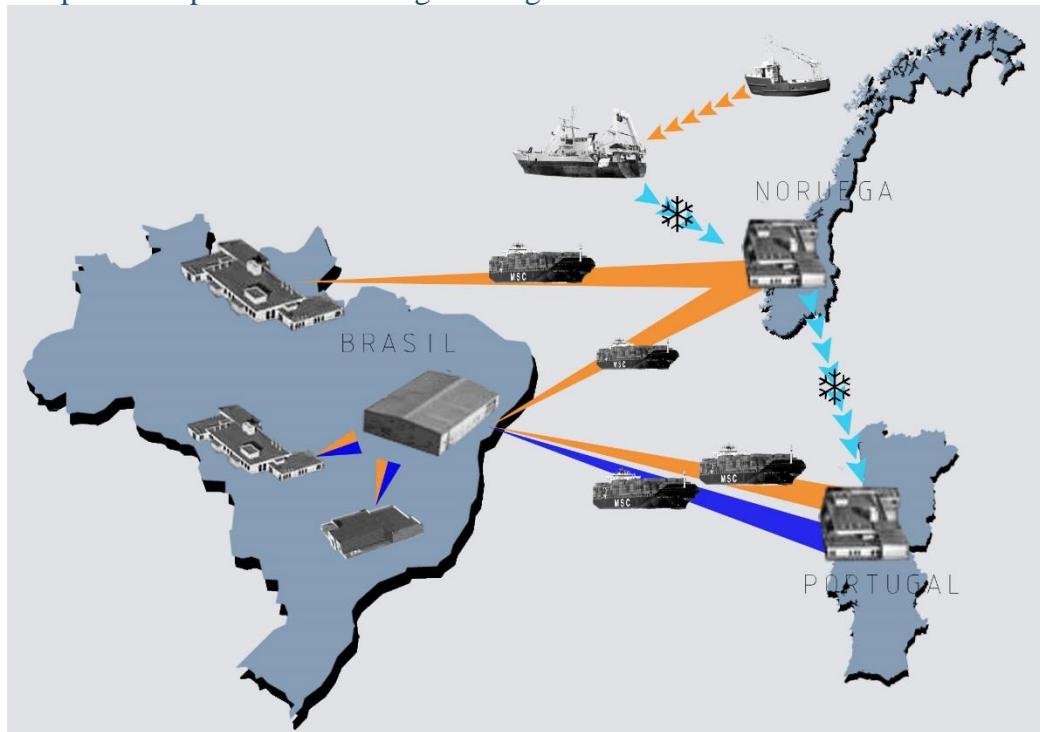


Figura 29 Cadeia bipolar compartilhada. Elaboração própria.

Baseamos a denominação dessa cadeia nos estudos efetuados pelo autor Niels Fold, que teoriza um tipo de coordenação múltipla (bipolar) entre os atores da cadeia de cacau (Fold, 2002). Observando a figura 31, destacamos a presença de um país exclusivamente consumidor (o Brasil) e de dois países interligados com funções consolidadas historicamente. Antigamente, Portugal podia agir autonomamente graças a uma grande frota pesqueira, cujos resquícios são ainda hoje visíveis em Aveiro, considerada a capital portuguêsa do bacalhau. Após o colapso da atividade pesqueira portuguesa nas águas do Atlântico Norte, nos anos 1970<sup>58</sup>, Portugal se tornou o primeiro importador de bacalhau norueguês, criando, portanto, uma parceria com esse país de extrema importância no setor; por isso, definimos a cadeia “bipolar compartilhada”, porque, nela, nenhum dos dois países assume um papel de liderança;

<sup>58</sup> Devido aos primeiros cortes no tamanho das tripulações, que exigiam salários mais justos e às restrições à pesca nas águas internacionais.

nem Portugal é um país subcontratado para realizar somente uma fase da produção como goza de uma própria autonomia, que verificamos, por exemplo, na produção do bacalhau dessalgado.

Voltando ao gráfico, percebemos a presença de dois tipos de embarcações norueguesas dedicadas à pesca em alto-mar. Uma delas faz o primeiro processamento de descabeçamento e congelamento do peixe pescado. Após a chegada do peixe congelado na costa norueguesa, ele pode seguir dois caminhos:

1. É recebido por empresas que efetuam a segunda fase de processamento para a produção do peixe seco e salgado, o qual vem exportado diretamente no território brasileiro<sup>59</sup> para grandes supermercados no território nacional, como Carrefour e Mundial; ou vem exportado através de distribuidores que agem como intermediários entre a exportadora e o setor varejista (e após a restauração).
2. Vem exportado nessa forma (congelado) para as indústrias processadoras portuguesas que efetuam o processo de salga e secagem apresentada na Figura de fluxo 24. A entrada no Brasil<sup>60</sup> ocorre através de importadoras e distribuidoras que vendem para o setor varejista, o qual fornece aos restaurantes ou vende diretamente para os consumidores que compram o bacalhau seco e salgado em folha.

Destacamos a presença importante de uma nova cadeia portuguesa dedicada exclusivamente ao bacalhau dessalgado – que a Noruega ainda não produz em seu território –, criando um novo mercado que nos últimos anos parece estratégico.

Vemos, portanto, a possibilidade dos dois países agirem autonomamente mas em segmentos diferentes. Deve-se lembrar que a produção do bacalhau seco e salgado norueguês não consegue atender à demanda mundial de bacalhau; portanto, interage na cadeia com Portugal fornecendo a matéria-prima para as empresas de processamento portuguesas. A forte presença de imigrantes provenientes de Portugal faz com que a demanda para o produto português seja constante porque enraizada na sociedade graças à tradição religiosa.

---

<sup>59</sup> É importante lembrar que não existem, no território brasileiro, empresas que produzem bacalhau seco e salgado de *gadus morhua* ou *macrocephalus*.

<sup>60</sup> A Riberalves tem agentes que controlam, no porto, a chegada dos containers. É importante que mantenham a refrigeração sobretudo quando transportam bacalhau dessalgado ultracongelado.

## 2 Multipolar: Noruega-China-Noruega-Brasil

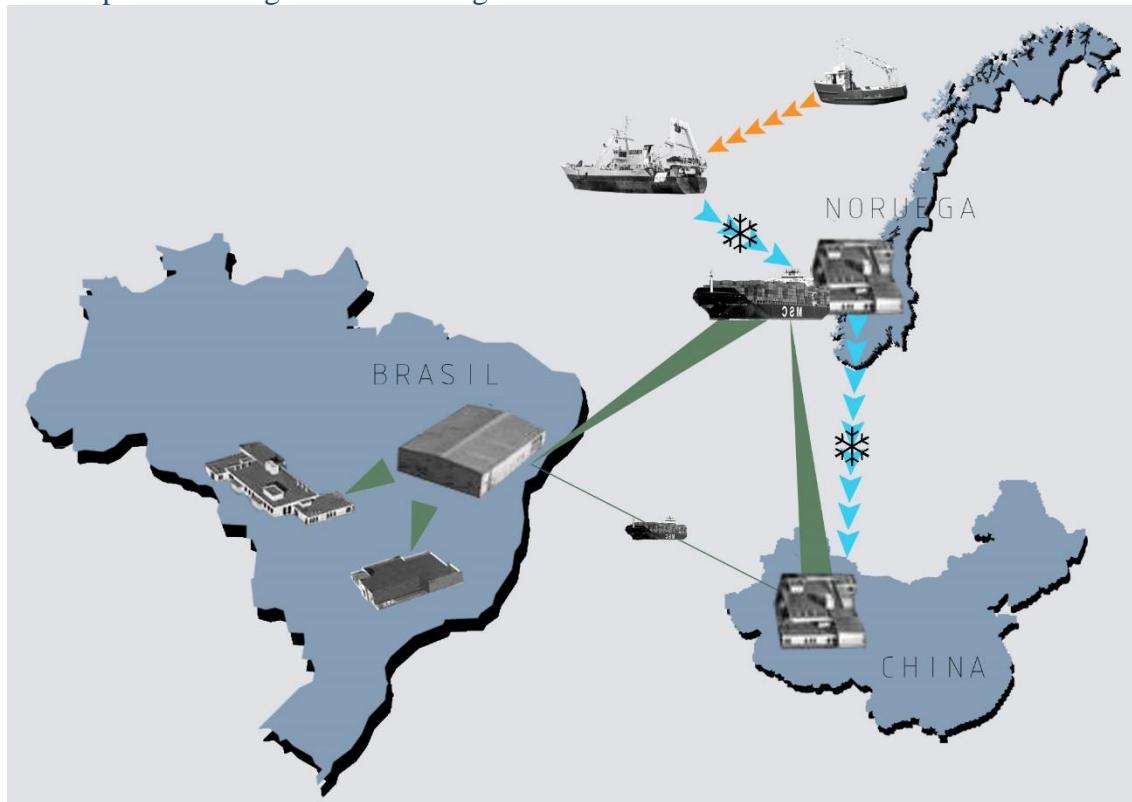


Figura 30 Cadeia multipolar. Elaboração própria.

O papel de Portugal nessa cadeia está sendo “bypassado” pela Noruega, que estabelece uma vantagem competitiva utilizando as processadoras chinesas em uma relação de tipo cativo.

A imagem mostra a cadeia do bacalhau desfiado que vem processado na China e volta à Noruega para ser transportado ao Brasil. Existe também o caso da empresa West Norway (indicada na imagem com uma linha mais fina), que verticalizou a produção de desfiado, escolhendo instalar, na China, uma sede que se ocupa do desfiamento e que, de lá, transporta o bacalhau desfiado diretamente para o Brasil com a marca Bacalanor.



Figura 31 Bacalhau Bacalanor West Norway. Fonte própria.

### 3 Multipolar: Noruega-Portugal-China-Brasil

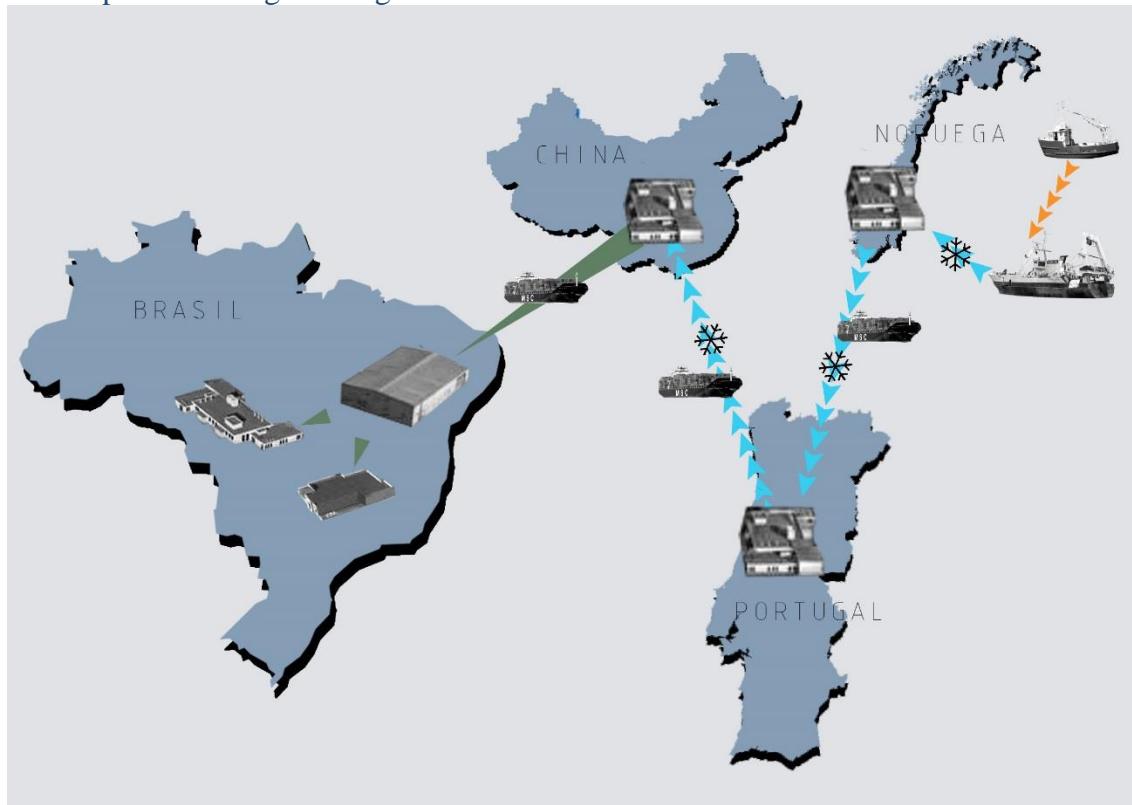


Figura 32 Cadeia Multipolar Noruega-Portugal-China-Brasil. Elaboração própria.

Nesse tipo de cadeia, Portugal passa a ter uma posição de liderança na produção do bacalhau desfiado que vem processado da China. Esta, mais uma vez, segue uma governança de tipo cativa, atuando como ator fornecedor de serviço em uma dinâmica totalmente assimétrica (Gereffi, Humphrey, & Sturgeon, *The governance of Global Value Chains*, 2005).

#### 4 China e Brasil



Figura 33 Cadeia China Brasil. Elaboração própria.

Apresentamos o último tipo de cadeia com apenas dois países: Brasil e China, excluindo, portanto, os atores tradicionais Noruega e Portugal. Isso pode acontecer porque a China tem acesso a um tipo de matéria-prima alternativa, o bacalhau *Gadus Macrocephalus*, pescado nas águas do Oceano Pacífico. Valendo-se da aprendizagem adquirida, a China experimenta a autonomização de uma nova cadeia. A importância do acesso à informação dominante é fundamental para a criação de uma cadeia de valores globais (Gereffi, Humphrey, & Sturgeon, 2005). A possibilidade de excluir a intermediação de Portugal e Noruega para a importação de bacalhau desfiado parece ser uma prerrogativa para Paulo Matos, dono da empresa Real Bolinho, produtora de bolinhos de bacalhau, que, durante a entrevista, afirmou: “Queremos viajar à China para encontrar um exportador que possa enviar diretamente para nossa empresa o desfiado.”

## CAPÍTULO IV – DESAFIOS E RESPOSTAS DE ORGANIZAÇÃO DE COORDENAÇÃO DO NOVO MERCADO

Apresentaremos, neste quarto capítulo, as respostas de coordenação do novo mercado, distinguindo entre o caso português, o norueguês, o chinês e o brasileiro. Especificamente, será analisado, no item 4.1, o caso do bacalhau dessalgado e congelado como resposta a novas exigências de mercado, por permitir uma preparação mais fácil e mais rápida do que a tradicional, evitando o processo de dessalga. Apresentam-se os dados recolhidos durante a visita, em Portugal, à sede produtiva da Riberalves, a maior exportadora de bacalhau dessalgado para o Brasil.

Com relação ao item 4.2, destaca-se a estratégia governamental norueguesa com relação ao bacalhau, analisada a partir da entrevista efetuada no Conselho Norueguês da Pesca, no Rio de Janeiro. No entanto, o item 4.3 será dedicado à cadeia chinesa e o 4.4 à resposta brasileira ao crescente consumo de bacalhau, ou seja, à produção de bacalhau de Pirarucu, peixe pescado na Amazônia e à venda na grande rede de supermercados Pão de Açúcar e Extra.

Veremos que, apesar de Portugal ter escolhido uma forma diferente de produção de bacalhau (o dessalgado), escolhas diferentes vêm sendo adotadas pela Noruega, que está investindo muito no mercado brasileiro, concentrando o marketing e a comunicação social na autenticidade e na originalidade do produto oferecido. A instalação, na cidade do Rio de Janeiro, do Conselho Norueguês da Pesca (CNP) é evidentemente um sinal de forte interesse comercial. Esse conselho representa os exportadores de peixe da Noruega que adotam uma certificação de qualidade e sustentabilidade e criou um selo (Norge) que encontramos nos produtos noruegueses. A Noruega parece não estar interessada na comercialização de bacalhau dessalgado, preferindo atender consumidores mais “tradicionais”. Veremos, então, como os países analisados adotam estratégias diferentes.

Cabe lembrar que estamos analisando as respostas de organização de coordenação do novo mercado, mantendo os países como organizadores da cadeia. Fazemos isso para mostrar como essa cadeia é moldada pelo passado da unidade econômica social e cultural dos países envolvidos.

### 4.1 Resposta Portuguesa com *Case Study* Riberalves<sup>61</sup>

Apresentamos, aqui, as considerações sobre a resposta portuguesa às novas exigências do mercado feitas a partir da visita, efetuada em julho de 2013, à fábrica Riberalves em Moita<sup>62</sup> (Portugal) e da entrevista realizada com Marcelo Nasser, responsável pelo setor de marketing da Riberalves em sua sede brasileira, no Rio de Janeiro.

Por que considerar a Riberalves um caso de estudo? A escolha do caso de estudo foi feita ao longo da pesquisa, porque consideramos fundamental conhecer uma realidade produtiva portuguesa para interpretar e entender o funcionamento da cadeia e seu enraizamento na cultura, na economia e na sociedade portuguesas. A Riberalves, empresa líder no setor, que processa cerca de 100 mil toneladas de bacalhau por ano (Site da

<sup>61</sup> Inicialmente, o projeto previa o estudo da empresa Rui Costa Sousa & Filho através de entrevistas *in loco*. Infelizmente, o contato com a empresa não deu resultado. Os dados relativos à empresa, portanto, foram coletados em jornais e artigos em sites de internet específicos.

<sup>62</sup> Vila portuguesa na região de Lisboa, distrito de Setúbal.

Riberalves, s.d.), é uma das pioneiras na produção do bacalhau dessalgado ultracongelado que encontramos no mercado brasileiro há uns dez anos. Entender essa dinâmica de oferta de um produto relativamente novo em um mercado em fase de mudança foi de extrema importância para o projeto.

#### 4.1.1 Visita à Riberalves, em Portugal

Durante a visita de campo, em Portugal, conheci de perto o processo de produção do bacalhau seco e salgado e a fabricação do bacalhau dessalgado ultracongelado com destino ao Brasil. A empresa Riberalves, com sede em Torres Vedras (PT), possui vários estabelecimentos na região. A produção do dessalgado é feita principalmente em Moita, uma pequena vila perto de Lisboa, onde encontrei Vera Xavier, responsável de produção que me acompanhou durante a visita ao estabelecimento, respondendo a várias questões e curiosidades.

Há dez anos, a Riberalves constava somente de um estabelecimento em Torres Vedras, após o que, segundo relatado por Vera, a empresa investiu em um novo e maior estabelecimento em Moita para responder ao aumento da demanda do produto por exportação. Entrando na fábrica, além do forte cheiro que permeia o ambiente, fiquei impressionada com o tamanho da estrutura e com a presença de tantos funcionários, a maior parte mulheres. Com relação à forte presença do trabalho feminino, Vera Xavier destacou:

“Com base na minha experiência como chefe de produção, posso dizer que é muito mais fácil trabalhar com mulheres, porque são muito mais flexíveis que os homens. Geralmente os homens só querem manobrar as máquinas.”

De fato, o trabalho das mulheres no estabelecimento é muito diversificado. Elas tanto podem manobrar máquinas como desfiar ou salgar o bacalhau ou cuidar do controle de qualidade do produto. São extremamente cuidadosas e flexíveis.

A empresa recebe o peixe em duas formas: congelado ou verde. Congelado, em que o bacalhau é capturado, descabeçado e semi-esviscerado diretamente a bordo dos barcos ou nas fábricas dos fornecedores. Alaska e Noruega são os principais fornecedores de matéria-prima da Riberalves. Basicamente, o processo atuado na fábrica prevê o descongelamento do peixe, no caso de fornecimento de peixe congelado, após o que é necessário tirar as espinhas, as escamas e as peles da barriga. Após o processo de limpeza da matéria-prima, mantendo a estrutura do peixe, pode-se passar à fase de salga do peixe.

Como bacalhau verde, identifica-se o peixe já salgado.

“O bacalhau que chega da Islândia já é salgado. Todos os primeiros processamentos de limpeza vêm efetuados diretamente a bordo das embarcações. A qualidade do produto que chega já salgado pelo fornecedor é com certeza mais alta do que a qualidade do produto congelado.”

As linhas de produção na Riberalves são duas: uma destinada à exportação, que produz o bacalhau chamado de *asa branca*, limpo das peles da barriga, e uma linha destinada ao uso doméstico, que seca e salga o bacalhau *asa preta*.

“Brasileiro só come *asa branca*. Não há no Brasil bacalhau *asa preta*, aquela que tem ainda as peles da barriga, chega no Brasil todo limpinho. Brasileiro exige que seja assim, nunca consumiram diferente.”

Interessante, portanto, entender que a Riberalves escolheu, como estratégia empresarial, ativar uma linha de produção dedicada somente à exportação e, principalmente, à

exportação brasileira, o que significa que a demanda brasileira não somente é específica, mas é alta e está em crescimento. Vera aponta que a Riberalves exporta há vinte anos para o Brasil e que, nos últimos cinco anos, a demanda de dessalgado aumentou tanto que o estabelecimento está em obra de ampliação para a criação de uma nova unidade de dessalga.

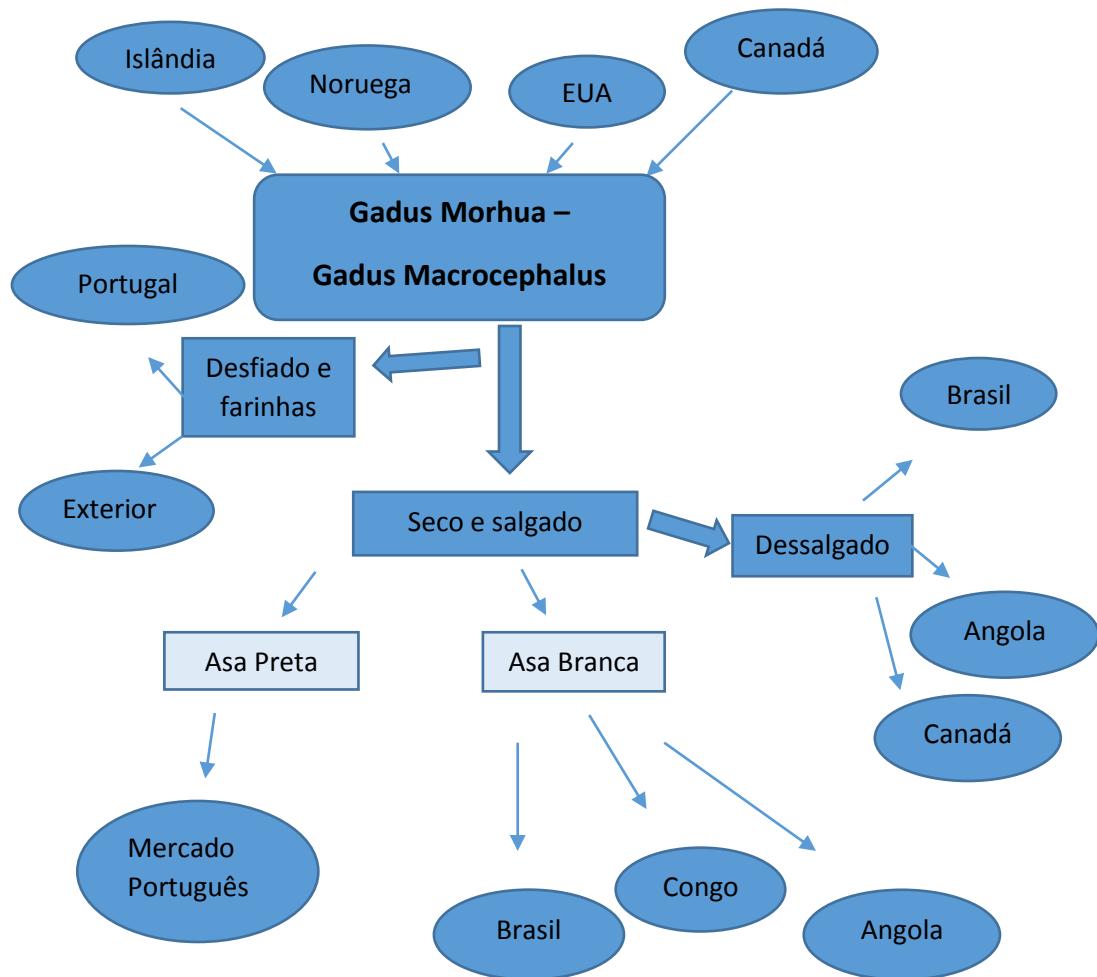


Figura 34 Estrutura produtiva da Riberalves Portugal (sede Moita).

A estrutura Riberalves Portugal segue, portanto, uma coordenação muito complexa. Tem fornecedores, em quatro países diferentes, de duas espécies diferentes (*macrocephalus* e *gadus morhua*), produz três segmentos diferentes de bacalhau: seco e salgado, dessalgado<sup>63</sup> e desfiado (incluindo as farinhas) e vende em vários países e em diferentes continentes. Os custos de transporte, marítimo e terrestre, são suportados pela empresa exportadora.

<sup>63</sup> Para uma descrição detalhada do processo de dessalga, ver o item 3.1.4.

Podemos verificar que a etiquetagem dos produtos Riberalves segue uma legislação europeia rígida e por isso é extremamente rigorosa e indica:

- Espécie de peixe, com nome em latim;
- Peso do peixe (ex. tamanho 3 kg);
- Zona de captura do peixe (ex. Atlântico nordeste-FAO 27<sup>64</sup>);
- Estado do peixe (ex. salgado seco);
- Apresentação do peixe (ex. inteiro);
- Tipo de asa (branca ou preta);
- Temperatura.

Uma vez que o peixe chega no Brasil, nos supermercados, quando falamos de folhas de peixe seco e salgado, o consumidor perde essas informações, que se restringem a: produtor, importador, distribuidor; mas, quando se trata do peixe desfiado, as informações de proveniência são raras ou inexistentes.



Figura 35 Etiqueta do bacalhau desfiado. Fonte própria.

#### 4.1.2 Entrevista Riberalves Brasil

A entrevista com Marcelo Nasser, efetuada o dia 27 de novembro de 2013, revela muitos aspectos do mercado de bacalhau no Brasil. O entrevistado é funcionário da Riberalves há cinco anos e trabalha no setor de marketing da Riberalves Brasil com sede no Rio de Janeiro, uma consultoria empresarial de 25 funcionários. Marcelo trabalha com as faculdades de gastronomia, dando palestras. A primeira frase que marcou sua entrevista foi:

“No bacalhau, existe muita lenda. Cada um conta a história. Você vai na Noruega e você não come bacalhau. Eles não comem seco e salgado. Somente produzem para o mercado exportador, não para o mercado consumidor.”

Nasser destaca que se criou uma lenda de que “todo bacalhau vem da Noruega” e lembra que o bacalhau é pescado na Rússia, na Noruega, na Islândia, no Canadá e no Alaska.

<sup>64</sup> Indico, aqui, as informações das etiquetas aplicadas no produto acabado, pronto para a expedição, que pude ver na empresa Riberalves. A indicação FAO 27 depende da divisão entre áreas de captura, decidida pela FAO, que numera como 27 a área do nordeste do Atlântico.

Porém, a Noruega, graças à uma forte campanha institucional de seu governo, através do CNP, criou essa ideia difusa de que o “verdadeiro bacalhau é o norueguês”. Na realidade, segundo Nasser, a Noruega não é um mercado consumidor (estamos falando do bacalhau seco e salgado), ou seja, neste país não existe marketing de venda assim como, lá, não dão importância à marca das empresas; é mais o governo norueguês que faz uma propaganda institucional, como, por exemplo, as campanhas que acompanharam a festa do dia dos pais nos supermercados da cadeia Pão de Açúcar. É interessante conhecer a análise do mercado brasileiro feito por Marcelo Nasser, porque esta se diferencia bastante do pensamento do vice-cônsul da Noruega no Brasil, Johnny Håberg. Na visão portuguesa, o investimento de marketing é exclusivamente para o dessalgado, por ser este um novo segmento que pode representar uma resposta futura à demanda de produtos já prontos. A ideia norueguesa, porém, é de dar sequência a um tipo de campanha institucional em favor do produto mais tradicional, seco e salgado, cujo consumo se vincula às festividades. É lógico pensar que, se o norueguês não está acostumado a consumir bacalhau seco e salgado, ele não conhece muito bem as técnicas de dessalga. Segundo Marcelo Nasser, da Riberalves, é por isso que os noruegueses ainda não conseguiram entrar no mercado brasileiro com esse novo segmento.

“Não tenho dúvidas de que o português é o que mais entende de bacalhau. Brasileiro só olha o lombo branquinho, o português não se importa com isso, porque, se o bacalhau ficar muito tempo no sal, fica mais escuro e é melhor.”

Com relação ao modelo empresarial utilizado pela Riberalves, Nasser deixa claro que a empresa utiliza plenamente o conceito de cadeia global, com cada elo estreitamente interligado aos outros.

Nas palavras de Marcelo Nasser:

“A Riberalves tem um modelo de negócio totalmente diferente, porque antigamente se abriam filiais. A ideia dos nossos concorrentes também é essa. Vou ao Brasil, monto uma filial e começo a vender, mas a gente não tem nem estoque. [...] O Brasil é um país enorme, com uma cadeia de frio muito fraca e cara (o caminhão refrigerado do Rio para Recife é caríssimo!), fora o ICMS (imposto sobre circulação de mercadorias), que é um imposto regional. O modelo que eu propus é que essa seja Riberalves consultoria empresarial (estrutura enxuta), porque é uma empresa de serviços (ele não pode comprar e vender estoque) e vive com orçamento de Portugal. É uma escolha empresarial. Passei o primeiro ano rodando o Brasil inteiro, achando parceiros regionais. Tudo é questão de marketing, porque a curva marginal de lucro tende do zero ao infinito [...] A gente está entrando no Brasil. Já tem Bomporto e Dias<sup>65</sup> e hoje somos três e daqui a quinze anos serão quinze [empresas produtoras de bacalhau dessalgado] tendo que lutar para ser aqueles que vão sobreviver. Todo mundo que compra Riberalves no Brasil compra container fechado. Não temos estoque. Em São Paulo, tem quatro distribuidores (porque o mercado é grande); no Rio de Janeiro, tem dois<sup>66</sup>. Mas atendemos direto Pão de Açúcar, Walmart, Carrefour, Mundial. Tem que dar exclusividade ao distribuidor. Eles importam diretamente [...] Hoje em dia, os navios destinados ao Rio vão desembarcam no porto da cidade ou

---

<sup>65</sup> Empresas portuguesas que fabricam bacalhau dessalgado ultracongelado para o Brasil. Concorrentes da Riberalves.

<sup>66</sup> Os dois distribuidores de bacalhau dessalgado Riberalves no Rio de Janeiro são Frigocenter e Beirão da Serra. Dado encontrado no site Riberalves acessível em <http://www.bacalhauriberalves.com.br/onde-encontrar.php?estado=rj>

em Sepetiba; quem fornece para o sul descarrega em Paranaguá e quem importa para o nordeste concentra em Recife.”

O que entendemos do mercado brasileiro é que é muito competitivo e muito disputado. A Riberalves recebe o pescado de diferentes países, processa o peixe em Portugal e o exporta com um sistema de transporte de containers fechados que, chegando aos portos brasileiros, são entregues aos distribuidores oficiais. Estes, posteriormente, distribuem nas lojas de atacado ou vendem diretamente para grandes cadeias de supermercados. As escolhas de coordenação ao longo da cadeia das empresas ajudam a traçar um quadro mais completo. A empresa Rui Costa & Sousa, por exemplo, segue dinâmicas diferentes da Riberalves e foi escolhida em nossa análise por ser um exemplo de como o alto grau de desconfiança ao longo da cadeia leva a escolhas de concentração e verticalização, afirmado um tipo de governança hierárquica (Gereffi, Humphrey, & Sturgeon, *The governance of Global Value Chains*, 2005). A empresa Rui Costa & Sousa investiu € 20 milhões no circuito inteiro do bacalhau<sup>67</sup>, desde a saída da água até o prato dos consumidores. O grupo conseguiu uma parceria com o grupo empresarial local chamado Vesteraalens, com quem constituiu uma empresa que vai se ocupar da recepção do peixe e seu primeiro processamento (descabeçamento e evisceramento). Posteriormente, o produto será processado em Portugal, na sede da Rui Costa em Aveiro, e enviado às filiais da mesma empresa, situadas no Brasil, as quais se ocupam da distribuição. A Rui Costa, portanto, tem um estoque físico no Brasil que a Riberalves não tem.

Voltando à resposta portuguesa para o mercado brasileiro, Marcelo Nasser acredita muito no bacalhau dessalgado, produto da Riberalves, que esse ano vendeu 3.200 toneladas somente para o Brasil<sup>68</sup>, quintuplicando as vendas com relação ao ano de 2008. As vendas da Riberalves de dessalgado são ainda inferiores, como volume, às de seco e salgado (5.500 toneladas), mas cresceram exponencialmente nos últimos anos. Por isso, Marcelo Nasser se mostra confiante no mercado brasileiro e no novo segmento: “O crescimento do dessalgado é impressionante. Quarenta por cento das vendas da Riberalves estão destinadas à exportação e 35% dessas exportações têm como destino o Brasil.”

Com relação ao papel da China na cadeia global estudada, Nasser afirma que a Riberalves utiliza empresas chinesas para o desfiamento do bacalhau macrocephalus e do alaska pollock, que, uma vez produzidos, são exportados diretamente da China. Como analisado no terceiro tipo de cadeia, no capítulo III, o tipo de governança nesse caso é cativo. Portugal utiliza a China para desfiar um produto que chega das águas do Oceano Pacífico e exportá-lo diretamente ao Brasil, uma mudança que aconteceu com a melhora no grau de confiança interno da cadeia.

“Antigamente, as migas de bacalhau desfiadas na China voltavam para Portugal. Isso se fazia porque não se queria que a marca Riberalves fosse relacionada com uma indústria chinesa de processamento. Hoje em dia, há mais confiança e [o bacalhau] segue direto para o Brasil. Não estamos vendo uma ameaça na China; simplesmente, nós estamos nos organizando para usar ela no processamento de bacalhau. Com relação ao dessalgado, sim. É uma tremenda ameaça! Mas só se eles aprenderam a fazer bem feito e nisso eu não acredito.”

Segundo Marcelo Nasser, nem a aquicultura poderá ser uma resposta à demanda brasileira, porque acredita que o bacalhau seja um peixe “da natureza” que não possa ser

---

<sup>67</sup> Informações recolhidas no site da Rui Costa & Sousa, acessível em <http://80.172.253.23/~rcsipt/web/>

<sup>68</sup> Em 2008, a Riberalves tinha vendido somente 600 toneladas de bacalhau dessalgado.

produzido em cativeiros. “Acho que o que vai homogeneizar o consumo de bacalhau será o dessalgado.” A aquicultura poderá ser uma solução de prazo muito mais longo.

#### 4.2 Resposta Norueguesa

Apresentaremos, nesse capítulo, a visão norueguesa sobre o mercado brasileiro de bacalhau, a qual conseguimos entender a partir da pesquisa de campo efetuada diretamente na Noruega, na cidade de Bergen, em setembro de 2013, e da entrevista com o vice-cônsul Johnny Håberg, realizada na sede do Conselho Norueguês da Pesca<sup>69</sup>. O discurso norueguês se divide em dois: um discurso institucional governamental, representado pelo CNP, e a posição dos importadores e exportadores que não fazem parte do conselho.

A viagem à Noruega foi de extrema importância no estudo da cadeia do bacalhau. Entrar nas peixarias, passar nos mercados abertos perto do porto de Bergen e assistir a uma hasta de peixe no Fish Market ajuda a compreender a relação muito estreita e muito antiga que a população norueguesa tem com a pesca. Atravessei o longo fiorde chamado Sognefjord ou Fiorde de Sogn, o mais profundo da Noruega com os seus 204 km de extensão e pude observar de perto a realidade da população costeira pesqueira. A Noruega é um país muito particular, com uma população de quase 5 milhões de habitantes concentrados nas suas poucas grandes cidades, mas também ao longo da costa. Tem uma superfície de 385.155 Km<sup>2</sup> e 150 mil ilhas e recifes, quase todos habitados e com infraestrutura. Até as remotas ilhas do norte do país possuem boa infraestrutura. Esse é a grande particularidade da Noruega. É um povo de pequenas realidades. É difícil manter essa estrutura, porque cada ilha e cada vilarejo precisa de infraestrutura para se sustentar. Ao longo do fiorde de Sogn, por exemplo, vi uma sequência infinita de casas com deck e barco de pesca a cada 3-5 km. E cada um com a bandeira norueguesa na porta. Isso revela um forte nacionalismo e uma complexa série de pequenas realidades.

Durante a visita em Bergen, tive a oportunidade de ter uma entrevista com Odd Tøndel, da Harald Mowinckel AS<sup>70</sup>, cuja empresa comercializa principalmente o *stockfish*, mas, sendo um grande convededor do mercado do peixe norueguês e sendo uma pessoa com muito anos de experiência no setor, pude entender em qual contexto se insere o comércio de bacalhau com o Brasil e qual a sua importância para o governo norueguês. Pedi informações sobre o papel da NORGE e Odd Tøndel me falou como esta nasceu:

“A Noruega é ainda um país onde boa parte da população vive ao longo da costa. É uma população muito dispersa. Ao longo de todos os fiordes e da costa inteira tem pessoas morando lá! O lado incrível é que essas pessoas querem ficar lá. (...) Lá só tem peixe, tem infraestrutura, mas a população não está pronta para a exportação. Pescam, mas não conhecem o inglês, por exemplo, e não conhecem nada de *business*.”

A situação norueguesa efetivamente é atípica, contando com 440 exportadores de bacalhau. Segundo Odd Tøndel, há centenas de produtores que simplesmente não deveriam exportar porque não teriam as condições para fazê-lo, porque realidades muito pequenas ou sem possibilidade de tratar em inglês para a exportação. É nessa realidade que, já em 1945, o governo socialista da época criou uma lei para salvaguardar os pescadores que estavam sendo explorados, algo que, em teoria, devia promover suas atividades. Em 1991, para amenizar a problemática da dispersão de pequenas realidades, pensou-se em unificar, sob o nome

<sup>69</sup> Sede do Conselho Norueguês da Pesca, na rua Lauro Muller, 116, salas 2206 e 2207, Botafogo (RJ).

<sup>70</sup> Entrevista efetuada no dia 5 de setembro de 2013.

NORGE, os pequenos produtores e surgiu o conselho. Mas é importante conhecer o *background* disso para entender como evoluiu. Hoje em dia, a NORGE é vista no mercado consumidor brasileiro como uma marca, como um *brand* que entra maciçamente nos supermercados, fazendo campanhas intensas<sup>71</sup> e utilizando palavras como “autêntico” e “qualidade” como atrativos para os consumidores. A função do Conselho, porém, segundo Odd Tøndel, é muito genérica:

“Tentam ter um símbolo de qualidade e deixam o consumidor brasileiro acreditar que se trate de uma empresa, na verdade estão promovendo o marketing do peixe e não as empresas que fazem parte disso.”

A crítica que está sendo colocada por um representante dos produtores de bacalhau que não fazem parte do CNP é que esse conselho é protegido por lei e ganha 1,05% do valor de cada exportação efetuada pelo exportador associado. O conselho recebe a mesma porcentagem sobre exportações de empresas grande como de empresas pequenas. Quando se fala de empresas grandes que deixam 1,05% de valores das exportações, significa que “there is a shower of gold falling down this company”<sup>72</sup>.

Com relação à situação do mercado brasileiro, o dono da empresa Harald Mowinckel AS admite que, nos últimos anos, a própria empresa está sendo afetados pela chegada, no mercado brasileiro, de novos padrões de consumo alimentares que fizeram surgir novos segmentos, como o bacalhau dessalgado, que “é, com certeza, útil na preparação de comidas em restaurantes tipo *self service* que têm lá no Brasil.”

Posicionamento contrastante, portanto, foi constatado no encontro com o vice-cônsul. A recepção foi muito formal, mas consegui ter uma entrevista que tocou em vários aspectos importantes do mercado de bacalhau no Brasil. Focamos a primeira parte da entrevista sobre o caso do bacalhau dessalgado. Cabe lembrar que a Noruega não produz diretamente o bacalhau dessalgado, mas existe, no mercado brasileiro, um produto que é comercializado pelo Carrefour, produzido na China (ou seja, processado na China) e exportado por West Norway, uma das maiores companhias norueguesas exportadoras de bacalhau. Parece não existir uma empresa que dessalgue o bacalhau na Noruega. Isso é importante para entendermos o posicionamento do CNP, que é governamental. Johnny Håberg admite que, hoje em dia, as mulheres não têm mais tempo para preparar a comida e podem se permitir comprar um produto mais caro, mas já pronto para o consumo. A esperança do vice-cônsul é que também os produtores noruegueses façam esse produto dessalgado, mas com “qualidade”. Ele se refere às perplexidades sobre o tempo de salga durante o processamento do dessalgado português, que, segundo ele, seria muito inferior ao necessário. O papel do CNP, nesse caso, seria o de apoiar os investimentos dos produtores noruegueses que dessalguem diretamente na Noruega.

Um dos maiores desafios que, segundo o vice-cônsul, é necessário enfrentar é a organização de um sistema de etiquetagem diferente, que possa ajudar na identificação dos peixes e pôr fim a esse sistema totalmente desorganizado, onde encontramos a palavra “bacalhau” indicando quatro espécies diferentes de peixe e também o processo. Nas palavras de Johnny Håberg:

---

<sup>71</sup> Existe até uma página de Facebook (curtida por 50 mil pessoas) dedicada ao bacalhau da Noruega onde Norge é indicado como “marca de qualidade”.

<sup>72</sup> Frase de Odd Tøndel, literalmente: “Há uma ducha de ouro caindo sobre essa empresa”. Parece que entram nas caixas da Norge 6 milhões de coroas norueguesas por ano.

“O que nós queremos, primeiramente, é que os produtores noruegueses façam uma espécie de etiqueta. Eles têm como fazer isso para etiquetar o produto, com nome do produto, preço e logo da Noruega. Agora muitos deles têm essa máquina, porque fazem isso para Portugal. É uma *tag*. Aqui, a metade é cortada dentro da loja, então os exportadores acham que não vale a pena investir nisso. Mas isso vai mudar, eu estou trabalhando para mudar isso e sei que alguns deles vão chegar com o produto aqui etiquetado.”

Quando tratamos das problemáticas ao longo da cadeia ligadas à falta de respeito da cadeia de frio, o vice-cônsul afirma:

“O bom desse produto é que é feito para uma logística não tão boa. Essa é a história desse produto. É por isso que fizemos esse produto. Antigamente não havia geladeiras.”

Håberg admite que, hoje em dia, a carência de uma boa cadeia de frio pode ser um problema para as grandes redes de supermercados e, consequentemente, para os exportadores.

O forte consumo de bolinhos de bacalhau no Brasil parece não interessar diretamente os projetos institucionais noruegueses. É um produto que, segundo Johnny Håberg, é difícil de controlar, porque não se respeitam as regras para a utilização da palavra “bacalhau” e, por isso, qualquer tipo de peixe pode ser usado na produção do petisco. Afirma, também, que a espécie alaska pollock, pescada na China, é a mais usada para fabricar bolinhos de bacalhau. Mas não acredita que isso seja um problema para os produtores noruegueses, porque estaríamos falando de uma cultura de *snacks* de menor importância, comparado com os problemas relativos ao produto em postas, mais clássico, que também está chegando da China.

É interessante ressaltar esse aspecto, a diferença do posicionamento português e norueguês com relação ao setor de bolinhos de bacalhau. A posição norueguesa não enxerga a potencialidade da comida dos botecos e a quantidade de bolinhos que se consome na cidade. Essa falta de interesse permite a entrada de um novo ator como a China. Não importa que não seja tradicional o segmento, o importante é que está entrando e conhecendo as potencialidades do mercado brasileiro.

A preocupação maior, portanto, para os exportadores noruegueses seria a falta de clareza com relação à denominação do produto:

“Para nós, não se pode usar o nome bacalhau com qualquer peixe. Vai estragar tudo: produto, história e não é bom para os consumidores também. Acho que isso vai ser o nosso trabalho futuro aqui. [...] Tem bacalhau de pirarucu. Se isso pode ser bacalhau, então *goldfish* pode ser bacalhau, todos os peixes poderiam ser. Isso não é bom para ninguém, nem para o consumidor, pode estragar a categoria. Já teve encontro entre o ministério norueguês e brasileiro sobre esses assuntos: categoria, nomeação sobretudo após o surgimento do bacalhau de Pirarucu. Porque pollock, por exemplo, é da mesma família do peixe, mas pirarucu não tem nada a ver mesmo!”  
(Håberg)

Os desafios destacados pelo CNP com relação ao comércio de bacalhau no Brasil são:

- Aumentar a frequência de consumo;

- Focar em momentos festivos e nos fins de semana, quando a família se reúne para comer. (Grande potencial seriam o dia dos pais e o dia das mães)<sup>73</sup>;
- Produtores noruegueses estão perdendo mercado para os produtos prontos para consumo.

A posição do conselho ainda fala de um 70% de consumidores que prefere o clássico seco e salgado. Outros dados coletados ao longo da pesquisa não confirmam esse dado.

Segundo o CNP, os produtos noruegueses perderiam mercado em relação aos outros também por causa da falta de identificação do produto na etiquetagem que raramente é clara no ponto de venda. Eles estão focando um tipo de consumidor tradicional. Tentando competir com os outros só no momento da escolha da origem, mas perdendo o resto do mercado.

A estratégia governamental, para 2013, é de campanhas maciças de marketing que preveem o uso da mídia e a publicação de livros de receitas específicas para o consumidor brasileiro durante a Páscoa, o Natal, o dia das mães e o dia dos pais. Pretendem influenciar a escolha de quem já decidiu comprar o bacalhau da Noruega. Os resultados demonstram que, com a campanha no ponto venda, as vendas dobraram ou triplicaram, mas dentro das classes A e B de consumidores. Estarão também incentivando, de acordo com Johnny Håberg, viagens com a imprensa brasileira para a Noruega para ver o processo de pesca e produção.

Uma parte importante da resposta que estamos chamando de “norueguesa” é a aquicultura. Trataremos desse assunto também no próximo item, quando enfrentamos a temática do desenvolvimento de projetos de aquicultura no Brasil.

Com relação à aquicultura, na Noruega encontramos posicionamentos discordantes, porque, à diferença da aquicultura de salmão, o bacalhau não é um peixe que suporta a reprodução em cativeiro em águas pouco profundas. É também um peixe que é muito voraz e escapa facilmente; por isso, a empresa norueguesa Codfarmers começou, em 2002, um projeto de aquicultura em profundidade. Codfarmers é uma empresa norueguesa líder na indústria de aquicultura de bacalhau, situada acima do Círculo Polar Ártico<sup>74</sup>, que consegue seguir a inteira cadeia de produção do bacalhau, desde o processo de incubação à venda do produto acabado. Aquicultura em profundezas pode ser a solução para o enfrentamento de problemas de poluição e doenças com consequente redução do uso de produtos químicos, junto com o controle genético da reprodução para lidar com as evasões (Wilkinson, Fish: A Global Value Chain Driven on the Rocks, 2006). Segundo o CNP, os projetos de aquicultura de bacalhau serão uma resposta futura, mas a longo termo, porque, segundo o vice-cônsul, o valor das exportações de bacalhau norueguês de aquicultura diminuiu de 39% em 2013 e, provavelmente, no futuro vai ser uma indústria, mas agora ainda não estão ganhando dinheiro. O investimento para a preparação e a instalação das estruturas para realizar aquicultura em profundezas é muito alto, e o lucro ainda pouco em comparação com a indústria de salmão, muito mais rentável e radicada. O que muda a perspectiva é também o estoque de bacalhau, que nunca foi tão grande: segundo dados do CNP, de 2006 até 2012 houve um crescimento nos estoques de bacalhau, sobretudo no oceano Atlântico do nordeste (que representa 90% do estoque) e, por isso, as quotas de pesca também aumentaram (20% no último ano).

---

<sup>73</sup> O CNP fez um estudo de consumo através de 408 entrevistas nos pontos de venda. 82% dos entrevistados respondeu que comia bacalhau porque era saboroso, 66% comia porque saudável e 49% porque a família gostava. 23% respondeu que a comida preferida do fim de semana é o salmão e o 21% falou bacalhau mas quando se fala de datas comemorativas 41% dos entrevistados prefere comer bacalhau e somente o 18% salmão.

<sup>74</sup> Informações acessíveis em <http://www.codfarmers.no>

Um dos grandes desafios para a indústria da aquicultura e para o meio ambiente é a evasão e a fuga de peixes ao longo da costa. A evasão de salmão, truta e bacalhau leva a um impacto negativo sobre as populações selvagens e os resultados da interação genética entre peixe selvagem e criado podem resultar em uma baixa resistência das populações selvagens. O problema principal é que podem levar consigo doenças que ainda não estão presentes em natureza.

Quando falamos de aquicultura em águas acima do círculo polar ártico, estamos falando de um território que a Noruega divide com a Rússia. Os dois países compartilham o Mar de Barents e o Oceano Ártico graças a um acordo assinado em 15 de setembro de 2010 sobre o limite marítimo entre a Noruega e a Rússia na área disputada, onde a presença de jazidas de petróleo criou várias controvérsias. É um acordo de cooperação nos mares Ártico e de Barents assinado por ministros dos negócios estrangeiros.

O setor do pescado se destaca novamente como setor importante no atual sistema econômico globalizado. Vemos no próximo item a aquicultura em países como o Brasil traz estratégias diferentes para os assim chamados países em desenvolvimento. A aquicultura que, antigamente, era algo relativo à produção de camarão na Ásia, hoje em dia está se expandindo no mundo inteiro e com peixes de espécies diferentes (Wilkinson, 2006). Essa mudança para o pescado de aquicultura ou cativeiro traz as características negativas do sistema agrícola intensivo, como o sistema intensivo de alimentação dos peixes, que, a maior parte das vezes, prevê rações com base em farinhas de peixe.

### 4.3 Resposta Brasileira

Após ter estudado as estratégias empresariais e governamentais dos países que concorrem para a entrada e a estabilização no mercado brasileiro de bacalhau, veremos como o próprio Brasil tenta satisfazer a grande demanda de bacalhau com uma resposta nacional.

Na região amazônica, consome-se, em forma de bacalhau, um peixe chamado pirarucu, o qual segue o mesmo processamento do bacalhau, ou seja, de secagem e de salga, para ser comercializado sob o nome “bacalhau de pirarucu”. O pirarucu é um peixe pré-histórico que habita as águas doces de lagos e rios brasileiros há milhões de anos. É encontrado, principalmente, na bacia amazônica, em áreas onde as águas são mais calmas, claras e quentes (com temperaturas que variam de 24 a 37°C). O nome latim *Arapaima gigas* já aponta a grandeza desse peixe, que, adulto, pode atingir três metros de comprimento e pesar até 250 kg, sendo, por isso, considerado a maior espécie de peixe de escamas do mundo; o nome comum, pirarucu, deriva de dois termos tupi: *pirá*, que significa peixe, e *urucum*, vermelho, devido à cor avermelhada da cauda das fêmeas.



**Figura 36 Pesca de Pirarucu.**

O pirarucu é um animal onívoro, pois se alimenta de vegetais e seres animais. Na alimentação do peixe, podemos encontrar frutas, vermes, insetos, moluscos, crustáceos, peixes, anfíbios, répteis e até mesmo aves aquáticas. Possui dois aparelhos respiratórios, as brânquias, para a respiração aquática, e a bexiga natatória modificada, especializada para funcionar como pulmão na respiração aérea<sup>75</sup>. A respiração aérea obrigatória faz esse peixe mais vulnerável à captura, a qual, até os anos 1990, era totalmente descontrolada. O aumento da pesca comercial dessa espécie, devido a seu alto valor de mercado<sup>76</sup>, fez com que, em 1992, a espécie pirarucu fosse declarada em vias de extinção. Segundo relatado por WWF Brasil<sup>77</sup>, os estoques pesqueiros vêm sofrendo uma pressão cada vez mais intensa. A reprodução natural do peixe é insuficiente para repor o número de pirarucus pescados. Para resolver esse problema, o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama) criou, em 2004, uma Instrução Normativa regulamentando a pesca do pirarucu na Amazônia, proibindo-a em alguns meses do ano e estabelecendo tamanhos mínimos para a pesca e a comercialização da espécie.

Para os piscicultores brasileiros, essa decisão provavelmente facilitou e incentivou a realização de cativeiros para a produção controlada de pirarucu. A SEBRAE viu nisso uma grande oportunidade e decidiu, em 2005, ajudar os criadores de pirarucu, estimulando a pesquisa e prestando assistência técnica.

No dia 2 de junho de 2013, o programa de tevê *Globo Rural* apresentou uma matéria sobre a piscicultura de pirarucu na Rondônia. A reportagem foi gravada no município de Pimenta Bueno, em uma fazenda de peixe (“Boa Esperança”), que, desde 2005, faz parte da primeira cadeia de pirarucu de cativeiro em escala comercial. O dono da fazenda conta que, após a declaração do pirarucu como peixe em vias de extinção, em 1992, ele foi até o Amazonas para comprar 800 filhotes de pirarucu para poder aviar o cativeiro. O começo da atividade foi desastroso, porque poucos deles sobreviveram e, desses, quase nenhum reproduziu.

Efetivamente, o processo de reprodução desse peixe é muito peculiar. Em primeiro lugar, não pode ser um tipo de reprodução artificial, é um peixe que forma um casal, principalmente durante a temporada seca, quando a água do rio está mais quente. A fêmea escolhe o macho após uma dança nupcial. O macho se ocupa de cavar o fundo do leito do rio

<sup>75</sup> Respira na superfície a cada 30/40 minutos

<sup>76</sup> Consegue-se aproveitar tudo do pirarucu. Até as grandes e rígidas escamas do peixe são aproveitadas como lixas de unha ou como artesanato na forma de chaveiros ou, simplesmente, vendidas como souvenir.

<sup>77</sup> Informações coletadas no site WWF Brasil acessível em:

[http://www.wwf.org.br/natureza\\_brasileira/especiais/biodiversidade/especie\\_do\\_mes/agosto\\_pirarucu.cfm](http://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/especiais/biodiversidade/especie_do_mes/agosto_pirarucu.cfm)

para preparar e limpar a área de desova e a fêmea depõe os ovos em diferentes momentos (os experts chamam esse fenômeno de “desova parcelada”). Após esse momento, espera a fecundação do macho e aguarda cinco dias de incubação, protegendo os ovos no fundo. Durante a fase de incubação, é o macho que nada nas redondezas para intimidar predadores que possam trazer perigo aos ovos. Em segundo lugar, é o macho que cuida dos alevinos<sup>78</sup> que nascem após oito ou dez dias a partir do momento da fecundação. Os filhotes, durante as primeiras semanas, nadam sempre em torno da cabeça do pai, que, mantendo-se sempre perto da superfície, ajuda a prole no exercício da respiração aérea em superfície.

Com o projeto piscicultura apoiado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), em 2011, a pequena empresa familiar que começou a criação de pirarucu em 1992 tornou-se, em 2005, a primeira cadeia de produção de pirarucu em cativeiro. O exemplo que chama mais a atenção é o caso da empresa Mar & Terra<sup>79</sup>, especializada na criação e no processamento de espécies de peixes nativos brasileiros, como o pirarucu proveniente da Amazônia. Essa empresa também se instalou em Pimenta Bueno, em Rondônia. A empresa, fundada em 2003, instalou, em 2011, em Rondônia, uma unidade para a procriação de pirarucu e se tornou a primeira produção em escala comercial de pirarucu de cativeiro do Brasil. Segundo o diretor Thiago Ushizima<sup>80</sup>, entrevistado durante a matéria do *Globo Rural*:

No estado (de Rondônia), temos 50 parceiros produzindo 80 mil pirarucus por ano, o que equivale a 800 toneladas de peixe em 2013.

A empresa Mar & Terra aposta na criação de pirarucu para conquistar os mercados mais exigentes, como Estados Unidos e Europa, e para dar uma resposta brasileira, mais barata e mais sustentável, à demanda de bacalhau. Segundo a empresa, a produção em cativeiro é a solução sustentável por excelência, porque não afeta a população de peixes em vias de extinção<sup>81</sup>.

O que chama a atenção nesse processo é que esse tipo de resposta nacional é muito recente, o que indica que as tendências alimentares brasileiras estão rapidamente evoluindo e, junto a isso, vêm as respostas privativas e governamentais, que realizam projetos destacando a importância de conceitos como qualidade dos produtos e sustentabilidade social e ambiental. Cabe ressaltar que a simples consulta ao site da empresa Mar & Terra nos ajuda a compreender que o seu marketing focaliza a nacionalidade do peixe processado e a total sustentabilidade ambiental do projeto de piscicultura, o qual prevê o cultivo de peixes nativos da Amazônia por produtores independentes, sob a coordenação do governo do estado. A logística dessa produção não é simples e prevê grandes investimentos por caminhões refrigerados, utilizados para o transporte até o abate e para a distribuição nos pontos de venda. O frigorífico da Mar & Terra está situado no município de Itaporã (MS), onde, além do abate, o peixe passa por processos de evisceração, filetagem, resfriamento e embalagem. Há alguns anos, podemos encontrar “bacalhau da Amazônia” nos supermercados Extra e Pão de Açúcar do Rio de Janeiro e de São Paulo.

---

<sup>78</sup> Alevino é o nome dado aos filhotes dos peixes, quando ainda estão na fase larval.

<sup>79</sup> As informações sobre a empresa foram coletadas no site empresarial <http://www.mareterra.com.br>. A empresa tem sede administrativa e comercial em Mato Grosso do Sul, na cidade de Itaporã, a 230 km de Campo Grande.

<sup>80</sup> Thiago Ushizima é diretor de pesquisa e desenvolvimento da Mar & Terra.

<sup>81</sup> Segundo Thiago Ushizima, a empresa consegue levar até a fase adulta 85% dos ovos por desova. Cada desova pode gerar 15 mil ovos e, habitualmente, um pirarucu desova cinco vezes por temporada.



**Figura 37 Bacalhau de pirarucu**

Facilmente encontramos blogs na internet que falam sobre o bacalhau de pirarucu, mas é difícil encontrar um ponto de encontro entre as várias opiniões sobre o gosto desse peixe. Entre os chefs de cozinha, também não há acordo. De acordo com o chef gastronômico Felipe Schaedler:

“Trabalho com a carne de pirarucu em um restaurante de Manaus. O gosto é parecido com o bacalhau comum, normalmente importado da Noruega. É possível substituir o pescado “estrangeiro” pelo brasileiro. Todas as receitas tradicionais podem ser feitas com o pirarucu.” (O chef já criou, em parceria com outro chef, ao menos oito pratos com o bacalhau da Amazônia.) (Em [g1.globo.com](http://g1.globo.com))<sup>82</sup>

Opinião diferente da chef Mara Salles, do restaurante Tordesilhas, em São Paulo:

“O consumidor precisa estar ciente de que o pirarucu salgado não tem semelhança alguma com o tradicional bacalhau. São incomparáveis. O pirarucu só nada em água morna, a carne é gorda e de consistência mole. Por outro lado, o bacalhau é proveniente de águas frias e a carne é fibrosa. Por isso, não podem ser preparados da mesma forma.” (Em [economia.uol.com](http://economia.uol.com)).<sup>83</sup>

Se, antigamente, se tratava de uma pesca de tipo artesanal e local e de consumo limitado às regiões ribeirinhas do rio Amazonas, hoje em dia o consumo do pirarucu já está internacionalizado e o peixe vem sendo exportado para o estrangeiro<sup>84</sup>. O projeto que conduziu, em poucos anos, a uma produção de pirarucu em cativeiro em escala comercial de exportação foi diretamente financiado pelo governo do Amazonas, através da Secretaria de Estado de Produção Rural (SEPROR). A intenção do projeto realizado no Amazonas tem a pesca de pirarucu como principal geradora de renda para os ribeirinhos do Baixo Rio Solimões, e, além disso, contribui para a difusão de um peixe tradicional brasileiro. A primeira indústria ligada ao projeto foi inaugurada em 2011 no município de Maraã (a 635 km de Manaus). O Pirarucu processado como bacalhau chega ao mercado em mantas e, segundo alguns, teria a carne muito semelhante à do bacalhau *Gadus Morhua*. Quem incentiva e promove o projeto, destaca a importância de se consumir um produto nacional, que, evitando

<sup>82</sup> <http://g1.globo.com/natureza/noticia/2012/04/brasil-quer-emplacar-o-peixe-pirarucu-como-o-bacalhau-da-amazonia.html>

<sup>83</sup> <http://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2013/08/07/empresa-da-amazonia-investe-na-producao-de-bacalhau-de-pirarucu.htm>

<sup>84</sup> Os produtos Mar & Terra podem ser encontrados nos Estados Unidos, na Alemanha, na Suíça, no Japão etc.

os custos de importação, sai mais barato (um kg de bacalhau de pirarucu está na faixa de R\$ 20/25) e respeita as normas internacionais mais rígidas de rastreabilidade, pois utiliza principalmente peixes de cultivo dotados de chips.

Quando se apresenta esse projeto aos portugueses e aos noruegueses, as reações não são propriamente positivas. Vera Xavier, da Riberalves, comenta:

“Os portugueses não gostaram de saber que existe um bacalhau de pirarucu<sup>85</sup>. Pegaram um peixe que não tem nada a ver com bacalhau. Foi uma publicidade má, que enganou os brasileiros.”

Johnny Håberg, por sua vez, comenta:

“Para nós, não se pode usar o nome bacalhau com qualquer peixe. Vai estragar tudo: produto, história e não é bom para os consumidores. Acho que isso vai ser o nosso trabalho futuro aqui. (...) Tem bacalhau de pirarucu... se isso pode ser bacalhau, então *goldfish* também pode ser bacalhau, todos os peixes poderiam ser. Isso não é bom para ninguém, nem para o consumidor. Isso pode estragar a categoria.”

#### Lenda

Pirarucu era um índio que pertencia a tribo dos Uaiás, que habitava as planícies do Sudoeste da Amazônia. Ele era um bravo guerreiro, mas tinha um coração perverso, mesmo sendo filho de Pindarô, um homem de bom coração e também chefe da tribo. Pirarucu era cheio de vaidades, egoísta e excessivamente orgulhoso de seu poder. Um dia, enquanto seu pai fazia uma visita amigável a tribos vizinhas, Pirarucu se aproveitou da ocasião para tomar como refém índios da aldeia e executá-los sem nenhum motivo. Pirarucu também adorava criticar os deuses.

Tupã, o deus dos deuses, observou Pirarucu por um longo tempo, até que, cansado de seu comportamento, decidiu puni-lo. Tupã chamou Polo e ordenou que ele espalhasse seu mais poderoso relâmpago na área inteira. Ele também chamou Iururaraçu, a deusa das torrentes, e ordenou que ela provocasse as mais fortes torrentes de chuva sobre Pirarucu, que estava pescando com outros índios às margens do rio Tocantins, não muito longe da aldeia.

O fogo de Tupã foi visto por toda a floresta. Quando Pirarucu percebeu as ondas furiosas do rio e ouviu a voz enraivecida de Tupã, ele as ignorou com uma risada e palavras de desprezo. Então Tupã enviou Chandoré, o demônio que odeia os homens, para atirar relâmpagos e trovões sobre Pirarucu, enchendo o ar de luz. Pirarucu tentou escapar, mas, enquanto corria por entre os galhos das árvores, um relâmpago fulminante enviado por Chandoré acertou o coração do guerreiro, que, ainda assim, se recusou a pedir perdão.

Todos aqueles que se encontravam com Pirarucu correram para a selva terrivelmente assustados, enquanto o corpo de Pirarucu, ainda vivo, foi levado para as profundezas do rio Tocantins e transformado em um gigante e escuro peixe. Pirarucu desapareceu nas águas e nunca mais retornou, mas por um longo tempo foi o terror da região.

<sup>85</sup> Isso se insere no debate das indicações geográficas e das disputas internacionais sobre essa matéria.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo analisar a cadeia de um produto, o bacalhau, que parece ter uma importância marginal na alimentação, no consumo e no comércio, mas, ao longo da pesquisa, acabou apontando novas tendências do mercado global e das dinâmicas de consumo alimentar. A cadeia do bacalhau foi analisada segundo a ótica das GVC, a qual entende as estruturas internacionais de produção, de comércio e de consumo de *commodities* como divididas em estágios embutidos em redes de atividades controladas por empresas e *enterprises* e examina as diferentes maneiras como a produção global e os sistemas de produção se integram. Analisa, também, a possibilidade de empresas de países em desenvolvimento elevarem a sua própria posição no mercado global. Na seguinte teorização, de fundamental importância são as formas de coordenação dos distintos atores que interagem ao longo da cadeia e, com relação a isso, apresentamos no terceiro capítulo uma modesta contribuição para um diferente mapeamento da cadeia que leve em consideração a multipolaridade da mesma. Ler uma certa multipolaridade ao longo da cadeia significa entender a nova estrutura hegemônica global que é menos concentrada do que no passado e revela a presença de novos atores (como a China), capazes de realocar as tendências do comércio internacional para um tipo de coordenação sul-sul em vez da histórica norte-sul.

Essas importantes tendências foram reveladas através do mapeamento da organização da cadeia de bacalhau que é complexa e que envolve países extremamente diferentes. Propusemos uma leitura nova da cadeia que chamamos de multipolar onde países tradicionalmente processadores de bacalhau como o Portugal podem ser “bypassados” pela Noruega que utiliza as empresas chinesas para a produção de bacalhau desfiado.

A história da pesca do bacalhau, milenar, nos ensina que a cadeia pode ser moldada também graças à presença de atores/estados cuja atividade econômica está enraizada em redes sociais, contextos culturais e políticos. Utilizando a noção de enraizamento, valorizamos a pré-história do alimento pesquisado, que não poderia ser analisado sem que se entendesse cada contexto (cada país) em que se insere e sem se valorizar a consolidação de padrões de organização das atividades enraizadas ao longo da cadeia. A tensão entre globalização e enraizamento é constante e permeia o estudo das dinâmicas de produção e consumo de bacalhau.

Integramos, ao longo da pesquisa, um enfoque analítico dedicado à dinâmica de consumo que, tradicionalmente, se organiza em torno dos mesmos atores produtivos que focam um consumo ligado a festas tradicionais e familiares. Destacamos que essa dinâmica está sendo ultrapassada por um processo de desritualização e deselitização do consumo de bacalhau, devido ao surgimento de um novo segmento pronto para o uso, o dessalgado, e à presença diária de bacalhau nos restaurantes de comida a quilo e nos botecos em forma de bolinhos. Nesse sentido, o consumo é analisado como um tipo de dinâmica autônoma que faz parte de uma complexa articulação entre hábitos culturais e socioeconômicos.

Ao longo do capítulo IV, apresentamos uma contribuição à análise das GVC sobre a multipolaridade de poderes. Ao final da pesquisa, deparamos com um artigo de Stefano Ponte, “The evolutionary dynamics of biofuel value chains: from unipolar and government-driven to multipolar governance”, ainda não publicado, o qual reforça nossa contribuição ao também falar de “multipolaridade” na cadeia dos biocombustíveis. Isso alimenta nossa convicção de que essa tendência pode virar paradigmática. Estamos observando algo novo na dinâmica da

economia global com novos atores importantes, os quais jogam um papel forte na redefinição de um novo quadro global no sistema agroalimentar.

O papel da China no comércio de bacalhau no Brasil está assumindo um posicionamento central graças à possibilidade de aquisição de uma matéria prima alternativa como é o bacalhau *Macrocephalus* e à aquisição de aprendizagem no processamento de bacalhau ao longo dos anos.

A pesquisa de campo contribuiu a entender esse trabalho como algo que não olhasse simplesmente aos mercados mas também as diferentes tradições e culturas que estão atrás do consumo de bacalhau que como vimos é milenar.

## BIBLIOGRAFIA

- (s.d.). Fonte: Site da Riberalves: <http://www.riberalves.pt/>
- Abel, M., & Consiglieri, C. (1998). *O bacalhau na vida e na cultura dos portugueses*. Academia do bacalhau de Lisboa.
- Abras, A. B. (2007). Cartilha Orientativa. Comercialização de Pescado Salgado e Pescado Salgado Seco. Fonte:  
[http://www.anvisa.gov.br/alimentos/informes/cartilha\\_bacalhau.pdf](http://www.anvisa.gov.br/alimentos/informes/cartilha_bacalhau.pdf)
- Barbosa, L. (2007). Feijão com arroz e arroz com feijão: o Brasil nos pratos dos brasileiros. *Horizontes Antropológicos*, 87-116.
- Cerini Di Castegnate, L. (2008). *Il grande libro del baccalá*. Idea Libri.
- David, P. (1985). Clio and the economics of qwerty. . *The American Economic Review*, 332-337.
- De Loture, R. (1949). *Histoire de la Grande Pêche de Terre-Neuve*. Gallimard.
- Dias, J. F., Filipe, J., Menezes, R., & Guerreiro, V. (2001). *A saga do "Fiel Amigo". As indústrias portuguesas do bacalhau*.
- Fold, N. (2002). Lead Firms and Competition in 'Bi-polar' Commodity Chains: Grinders and Branders in the Global Cocoa-chocolate Industry. *Journal of Agrarian Change*, 228-247.
- Gereffi, G. (2001). beyond the producer-driven/buyer-driven dichotomy. The evolution of GVC in the internet era. 30-40.
- Gereffi, G., Humphrey, J., & Sturgeon, T. (2005). The governance of Global Value Chains. *Review of International Political Economy*, 78-104.
- Holm, P. (2007). Which Way Is Up on Callon. Em D. MacKenzie, F. Muniesa, & L. Siu, *Do Economists Make Markets?* (pp. 225-243). Princeton University Press.
- Johansen, O. (06 de 01 de 2014). *Norway has never exported more cod* . Fonte: Norwegian Seafood Council: <http://en.seafood.no/News-and-media/News-archive/Press-releases/Norway-has-never-exported-more-cod>
- Kurlansky, M. (2000). *Bacalhau. A história do peixe que conquistou o mundo*.
- MPA, M. d. (2010). *Boletim estatístico da Pesca e da Aquicultura*. MPA.
- Parlato, A. (2007). *Sua maestà il baccalà. Storia del «Pesce in salato che ci vien d'oltremari»*. Colonnese.
- Reardon, T., & Berdegué, J. A. (2002). The rapid rise of supermarkets in Latin America: challenges and opportunities for development. *Development Policy Review*, 371-388.

- Sassateli, R. (2007). *Consumer Culture. History theory & politics*.
- Trebbi, M. (1996). Il museo anseatico e le sale comuni. Bergen, Noruega: Museum Vest.
- Warde, A., & Lydia, M. (2000). *Eating Out. Social differentiation, consumption and pleasure*. Cambridge University Press.
- Wilkinson, J. (2006). Fish: A Global Value Chain Driven on the Rocks. *European Society for Rural Sociology*.

## ANEXO I- FOTO PESQUISA DE CAMPO

### Noruega



Foto 1 e 2 A cidade de Bergen



Foto 3 e 4 Leilão de peixe fresco na praça do mercado



Foto 5 e 6 Fishmarket e bacalhau seco à venda



Foto 7 Pequeno supermercado dedicado



Foto 9 e 10 Museu hanseático. Maquinário para extração de óleo de fígado de bacalhau e mapa da influência hanseática



## Processo de dessalga em Portugal



