



联合国
粮食及
农业组织

Food and Agriculture
Organization of the
United Nations

Organisation des Nations
Unies pour l'alimentation
et l'agriculture

Продовольственная и
сельскохозяйственная организация
Объединенных Наций

Organización de las
Naciones Unidas para la
Alimentación y la Agricultura

منظمة
الغذية والزراعة
للأمم المتحدة

S

COMITÉ DE PESCA

SUBCOMITÉ DE COMERCIO PESQUERO

17.^a reunión

Vigo (España), 25-29 de noviembre de 2019

COMUNICAR LA ACUICULTURA A LOS CONSUMIDORES Y OTROS ACTORES INTERESADOS

Resumen

En este documento se proporciona una breve visión general e información actualizada sobre las actividades emprendidas por la FAO desde la última reunión del Subcomité de Comercio Pesquero en 2017 respecto de la comunicación y la imagen de los productos de la acuicultura. Se centra en los proyectos y talleres realizados por la FAO con objeto de mejorar la imagen de la acuicultura y sus productos, incluidos estudios técnicos de investigación, la asociación con iniciativas pertinentes y la colaboración con la Comisión General de Pesca del Mediterráneo (CGPM) y el Subcomité de Acuicultura del COFI.

Medidas que se proponen al Subcomité

- Formular observaciones acerca de la labor de la FAO relativa a la comunicación sobre los productos procedentes de la acuicultura y sus repercusiones en el comercio y el consumo.
- Proporcionar información y testimonios de experiencias nacionales en materia de comunicación y repercusión de los medios respecto de la imagen del sector de la acuicultura y sus productos, incluido el problema de las “noticias falsas”.
- Asesorar sobre las iniciativas y experiencias nacionales y regionales en curso dirigidas a mejorar la percepción y aceptabilidad de la acuicultura.
- Tomar nota de los estudios y actividades pertinentes emprendidos por la FAO y formular recomendaciones para la labor futura.
- Tomar nota de los progresos alcanzados en colaboración con diferentes partes interesadas y sugerir medidas futuras.

Es posible acceder a este documento utilizando el código de respuesta rápida impreso en esta página. Esta es una iniciativa de la FAO para minimizar su impacto ambiental y promover comunicaciones más verdes. Pueden consultarse más documentos en el sitio www.fao.org.



ANTECEDENTES

1. La acuicultura es una industria relativamente nueva en términos de suministros mundiales de alimentos. Para comprender el proceso de producción acuícola y las implicaciones para la salud de las personas y el medio ambiente, con frecuencia se requieren conocimientos técnicos específicos, que no siempre se encuentran disponibles para el público general. Esta falta de conocimientos o de comprensión puede generar desconfianza respecto de este sector.

2. Se prevé que la comunicación e información sobre los productos alimentarios aumentarán los conocimientos de los consumidores y, en consecuencia, determinarán las actitudes relativas a las opciones alimentarias y el comportamiento dietético. Los consumidores, y otros agentes que participan en el sistema de suministro de alimentos, exigen datos relativos a la calidad, inocuidad y sostenibilidad de los alimentos. En este sentido, los medios de comunicación (tanto los tradicionales como las redes sociales), al constituir la fuente de información influyente más común en cuanto a los riesgos relacionados con los alimentos, desempeñan un papel fundamental en la difusión de la información sobre la industria de la alimentación, ya sea positiva o negativa. Lamentablemente, las noticias negativas a menudo han tenido mayores repercusiones en el consumo que las positivas.

3. En su 15.^a reunión, el Subcomité de Comercio Pesquero (Agadir, 2016) examinó un documento de trabajo sobre las repercusiones de la oferta de productos de la acuicultura en el comercio y el consumo¹. Tomó nota del papel cada vez más destacado de los productos acuícolas en los mercados nacionales, regionales e internacionales y acogió con beneplácito información y análisis adicionales sobre sus repercusiones en el sector de la postcaptura y el comercio.

4. El Subcomité de Acuicultura, en su novena reunión (Roma, 2017), destacó la necesidad de mejorar la percepción por parte de los consumidores sobre el sector de la acuicultura en general y alentó a las secretarías de los dos subcomités de la FAO a emprender programas y actividades conjuntos a tal fin con la participación de los países de la FAO y de partes interesadas externas. Algunos países señalaron la importante función que desempeñan los pequeños productores, así como la necesidad de ayudarlos a obtener mayor acceso a los mercados. Asimismo, mencionaron la importancia de mejorar la percepción de los productos de la acuicultura y destacaron los beneficios asociados de tales productos. También sugirieron que el Subcomité de Comercio Pesquero podría dar mayor relieve a todos los productos (tanto de la pesca como de la acuicultura) a lo largo de la cadena de valor a fin de asegurar que los consumidores y el público general reciban la información correcta y los datos pertinentes sobre la pesca y los productos pesqueros. Esta labor requeriría la elaboración de productos de comunicación y esfuerzos adicionales para mejorar la imagen del pescado en los medios.

5. La importancia de esta coordinación de trabajos entre los dos subcomités con miras a lograr sinergias en las esferas pertinentes se ha reconocido en las reuniones de ambos subcomités y se reconoció una vez más durante la 10.^a reunión del Subcomité de Acuicultura, celebrada recientemente (Trondheim, 2019).

COMERCIO E INTEGRACIÓN ENTRE LOS MERCADOS DE LAS ESPECIES SILVESTRES Y CULTIVADAS

6. El aumento de la producción acuícola durante los últimos tres decenios ha generado un incremento considerable del suministro total de pescado y una influencia positiva en el desarrollo de nuevos mercados y la promoción del consumo de pescado en general. Junto con una mejora de la calidad, el desarrollo de nuevos productos y la mejora de la logística, que han creado un esquema más sólido de orientación al mercado de productos de la pesca, también han contribuido a la globalización del comercio de pescado y productos pesqueros.

¹ <http://www.fao.org/3/a-mp437s.pdf>.

7. Dada la importancia del pescado cultivado, es fundamental comprender el prejuicio de los consumidores contra el pescado cultivado o capturado en el medio natural. Los conocimientos actuales sobre la integración de los mercados, es decir, la no diferenciación de los consumidores entre el pescado cultivado y capturado en el medio natural, se basan en un número pequeño de especies y mercados. Los estudios indican la existencia de una cierta integración entre los mercados de animales silvestres y cultivados de la misma especie. Un informe² reciente de la FAO investigó la presencia de integración en los mercados de una gran variedad de productos pesqueros silvestres y cultivados en la zona del Mediterráneo. Sin embargo, los resultados del estudio revelaron que la integración entre los mercados de productos silvestres y cultivados en los países mediterráneos es escasa o nula por lo que se refiere a la dorada, la lubina y otras especies (rodaballo, corvina y almejas). En la bibliografía esta falta de integración entre los productos cultivados y silvestres se ha explicado por un modelo tradicional de consumo vinculado a los conocimientos locales sobre el pescado, la preferencia por los productos locales, el uso de diferentes cadenas de comercialización y la persistencia de la percepción negativa en la zona de los productos cultivados. No obstante, el mismo estudio demostró la existencia de una integración en los mercados de besugo y de bacalao del Atlántico, que puede atribuirse a los bajos volúmenes de ventas de productos cultivados.

CERTIFICACIÓN Y ORIENTACIONES VOLUNTARIAS PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN EN LA ACUICULTURA

8. La certificación y las orientaciones voluntarias son instrumentos estratégicos para fundamentar y premiar las buenas prácticas en la acuicultura. Al ofrecer incentivos basados en el mercado para que los productores adopten prácticas de acuicultura responsable, los sistemas de certificación también se utilizan con el fin de reducir al mínimo los posibles efectos negativos y aumentar los beneficios para la sociedad y los consumidores, así como la confianza en el proceso de producción y comercialización de la acuicultura. Muchas iniciativas del sector privado —como la Global Salmon Initiative³, que aborda la reputación medioambiental de la industria del salmón, y Crianza de Nuestros Mares⁴, de APROMAR, que informa sobre las buenas prácticas en la acuicultura española de peces de escama— han optado ya sea por la adopción de normas de certificación en la acuicultura existentes o por el desarrollo de sus propios sistemas o etiquetas con el fin de alcanzar un objetivo inicial de mejorar la imagen del pescado cultivado y la reputación del sector de la acuicultura. Aunque las certificaciones de empresa a empresa y de consumidor a empresa siguen siendo un potente instrumento de comunicación, se hallan ante varios desafíos, tales como los costos de certificación asociados y la inclusión de los países en desarrollo y los pequeños productores, así como nuevas cuestiones de interés común relacionadas con la responsabilidad social.

9. Además, las directrices de la FAO para sistemas de certificación también contribuyen a aumentar la confianza en los productos de la acuicultura para la producción, el comercio y el consumo. Asimismo, y en consonancia con el mandato asignado por el 33.º período de sesiones del Comité de Pesca (COFI) (Roma, 2018), la FAO está elaborando un proyecto de orientaciones sobre la responsabilidad social en las cadenas de valor del pescado⁵.

LA FUNCIÓN DE LOS MEDIOS Y LA COLABORACIÓN ENTRE LA FAO Y OTRAS INSTITUCIONES INTERNACIONALES

10. La cobertura de los medios y la opinión pública sobre la acuicultura pueden influir en los políticos y las autoridades de reglamentación y repercutir en el marco general de la industria. Los medios (tanto los tradicionales como las redes sociales) desempeñan una función decisiva al estructurar y dominar la esfera pública y constituyen una de las fuentes de información más utilizadas y preferidas.

² <http://www.fao.org/3/i8220en/I8220EN.pdf>.

³ <https://globalsalmoninitiative.org/es/que-es-gsi/>.

⁴ <https://www.crianzadenuestrosmares.com/de-nuestros-mares/>.

⁵ Véase el documento COFI:FT/XVII/2019/13.

El programa de los medios y su cobertura de la industria de la acuicultura son fundamentales a la hora de informar al público sobre cuestiones y debates importantes. Si las personas creen que la industria tiene repercusiones negativas en el medio ambiente y la salud humana, es muy posible que el público no compre pescado cultivado o exija una industria más regulada.

11. En muchos casos, la difusión de los medios se inicia con un acto publicitario de estímulo o “activación”, que a menudo se presenta como un descubrimiento científico o una declaración publicitada en una revista científica o un comunicado de prensa de un instituto de investigación. Se ha observado que estos acontecimientos influyen en el volumen de noticias, así como la manera en que se formulan las cuestiones en las noticias.

12. La FAO participa en el proyecto financiado por la Unión Europea en el marco del programa Horizonte 2020 titulado “Mediterranean Aquaculture Integrated Development (MedAID)” (Desarrollo integrado de la acuicultura mediterránea)⁶, en el que 34 asociados de 12 países están colaborando estrechamente a fin de lograr una mejora de la competitividad y sostenibilidad globales del sector de la cría de peces marinos en el Mediterráneo, a lo largo de toda la cadena de valor. Entre la contribución de la FAO a las actividades del proyecto se encuentran aspectos relativos a la mejora del rendimiento empresarial y la elaboración de planes de comercialización estratégicos de productos acuícolas.

13. Como parte de las actividades de este proyecto, la FAO organizó un taller internacional sobre la función de los medios de comunicación y los mercados de la acuicultura (mayo de 2018, Roma [Italia]) en el que participaron representantes de los gobiernos, los productores, las asociaciones, expertos internacionales, y periodistas especializados en pesca y acuicultura. En este acto, los participantes destacaron que:

- Los medios de comunicación a menudo tienen escasos conocimientos sobre la acuicultura.
- Es más probable que estén publicando información negativa que positiva sobre el sector de la acuicultura.
- La información facilitada en los medios suele ser sumamente técnica y difícil de comprender para un público no especializado.
- La industria de la acuicultura carece de una estrategia de comunicación constante y coordinada.

14. Asimismo, durante el taller se puso de relieve que, si bien la comunicación interactiva en las redes sociales recibe la atención de los consumidores y, por tanto, influye cada vez más en las decisiones de compra, los consumidores también pueden buscar fuentes alternativas de información. Se reiteró que la interacción continua con los vendedores podría ayudar a mejorar las percepciones de los consumidores sobre la acuicultura en general y de determinadas especies en particular. Los periodistas especializados destacaron que es necesario capacitar a los redactores de los medios y crear plataformas o repositorios fiables que permitan una mejor difusión de la información. En su opinión, muchos de los redactores de los medios no son expertos en este ámbito y, debido a las presiones de tiempo para producir los artículos, a menudo la información se recoge en un plazo limitado, incluso de fuentes que podrían considerarse menos fiables. Esto puede impulsar la producción de noticias falsas y engañosas, un problema que es necesario abordar en los planos nacional, regional e internacional.

15. En el proyecto MedAid, la FAO está elaborando un informe de investigación sobre la imagen de la acuicultura que se transmite en los medios de comunicación, en el cual se desarrolló y validó una metodología específica para estimar las repercusiones de los medios en la percepción de los consumidores y sus hábitos de compra en la acuicultura. En la actualidad, ha concluido la recopilación de datos de España, y se están realizando trabajos relativos a Italia y Grecia. Los resultados de la investigación se difundirán en el sitio web del GLOBEFISH de la FAO⁷.

⁶ <http://www.medaid-h2020.eu/>.

⁷ www.globefish.org.

16. Como parte del proyecto MedAid, la FAO también está participando con la CGPM en la preparación de material promocional sobre las externalidades positivas de la acuicultura sostenible y los beneficios relacionados con los productos acuícolas dirigido al público en general y a los consumidores, en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y de acuerdo con los principios del crecimiento azul. Además, se están llevando a cabo una encuesta en línea y talleres regionales dirigidos a una amplia variedad de partes interesadas, con miras a determinar los factores fundamentales que influyen en la aceptabilidad social de la acuicultura. Ya se han celebrado dos talleres: uno en Montpellier (Francia) con ocasión de la Conferencia Internacional AQUA 2018 en agosto de 2018 y el segundo en Monastir (Túnez) en abril de 2019. Se está elaborando una publicación que servirá de orientación a fin de mejorar la aceptabilidad social de la acuicultura en el Mediterráneo y el Mar Negro, con objeto de ayudar a los encargados de la formulación de políticas y otras partes interesadas pertinentes a aplicar buenas prácticas que liberen el potencial de la acuicultura sostenible y contribuyan a mejorar la percepción de los productos de la acuicultura entre el público general.

17. La labor emprendida por la CGPM y los resultados del taller también han puesto de relieve la necesidad de que los países incluyan en sus estrategias y planes nacionales para la acuicultura componentes específicos con objeto de mejorar la aceptabilidad social de la acuicultura, incluido un plan de comunicación dirigido a las partes interesadas fundamentales y al público en general, en particular los consumidores, sobre las externalidades positivas de la acuicultura sostenible y los beneficios relacionados con los productos de la acuicultura.

MEDIDAS FUTURAS DE LA FAO

18. La FAO se compromete a compartir y difundir la información y los resultados del proyecto MedAid a otras regiones. Este proyecto ofrece un punto de partida para prestar una asistencia regional integral a múltiples partes interesadas a fin de mejorar el rendimiento y la imagen del sector y los productos de la acuicultura. Mientras que el proyecto siga estando en curso, existe la posibilidad de aprender y aprovechar el enfoque para iniciativas similares que se pongan en marcha en diversas regiones. Dichas iniciativas podrían provenir de los órganos regionales de pesca de la FAO y partirían de la sólida colaboración existente con las redes de acuicultura, como la Red de acuicultura para África y la Red de centros de acuicultura de Asia y el Pacífico.

Directrices para el desarrollo sostenible de la acuicultura

19. Durante la novena reunión, el Subcomité de Acuicultura solicitó a la FAO que elaborara las Directrices para el desarrollo sostenible de la acuicultura basándose en las experiencias positivas sobre desarrollo de la acuicultura en distintos ámbitos. Con este fin, se organizó una Consulta de expertos⁸ en Roma en junio de 2019, que facilitó una hoja de ruta, metodología y contenido, así como una lista de módulos temáticos, que han de elaborarse aprovechando las directrices existentes y las enseñanzas adquiridas de estudios de casos sobre logros en materia de acuicultura sostenible.

20. Durante la 10.^a reunión del Subcomité de Acuicultura, los miembros estuvieron de acuerdo con las sugerencias formuladas por la Consulta de expertos, en particular con la lista de módulos temáticos que incluyen un capítulo sobre las cadenas de valor, los consumidores, los mercados y el comercio de la acuicultura, que comprenden los siguientes módulos temáticos:

- percepción y aceptabilidad;
- valor nutritivo, calidad e inocuidad de los productos de la acuicultura;
- comercialización de productos de la acuicultura;
- cadenas de valor de la acuicultura justas y productivas;
- calidad, sistemas de certificación y sistemas voluntarios;
- cumplimiento de las normas internacionales.

⁸ <http://www.fao.org/3/na410es/na410es.pdf>.

21. Asimismo, el Subcomité de Acuicultura expresó su firme apoyo a la propuesta de que se convocasen consultas regionales y alentó a todos los miembros a contribuir a las Directrices informando de sus experiencias en las consultas.

22. La labor conjunta de las Secretarías de ambos subcomités contribuirá al proceso de elaboración de las Directrices, en particular, los componentes relativos al comercio y la comercialización, entre otras cosas, la percepción y aceptabilidad de la acuicultura y sus productos.