

Comienza la campaña de marcado de pez espada SWOTAG2010

IP - 8 de noviembre de 2010



Marcado pop-up de un ejemplar de pez espada durante una reciente campaña del IEO en Pacífico Sudoriental.

Foto Equipo de túnidos IEO A Coruña.

Esta semana se inicia desde Cabo Verde la campaña SWOTAG2010 en la que, entre otras tareas, se implantarán unas 15 marcas electrónicas “pop-up” MK10 en ejemplares de pez espada de más de 50 kilos, según informan desde el IEO.

Esta campaña, que se enmarca en el proyecto SWOATL0710 del programa de túnidos y afines del centro oceanográfico de A Coruña del IEO, ya había sido programada para el pasado año, pero tuvo que ser suspendida por falta de fondos. En ella

Esta semana se inicia desde Cabo Verde la campaña SWOTAG2010 en la que, entre otras tareas, se implantarán unas 15 marcas electrónicas “pop-up” MK10 en ejemplares de pez espada de más de 50 kilos, según informan desde el IEO.

Esta campaña, que se enmarca en el proyecto SWOATL0710 del programa de túnidos y afines del centro oceanográfico de A Coruña del IEO, ya había sido programada para el pasado año, pero tuvo que ser suspendida por falta de fondos. En ella participa personal de los centros de A Coruña y Tenerife del IEO y su responsable es Manuel Quintáns Bravo, quien embarcará en un buque comercial de palangre de superficie, a bordo del que se desarrollarán las labores de marcado.

En total, la campaña se extenderá durante 35-40 días de mar ininterrumpidos, y durante la misma, además de las marcas pop-up, los científicos acometerán “el mercado convencional-oportunista de diversas especies de grandes pelágicos, como tiburones, peces de pico y otras especies”, informan desde el IEO. “En el centro de A Coruña”, añaden, “con larga experiencia en el estudio de esta especie, se han venido desarrollando

protocolos y material específico para acometer estas actividades de marcado electrónico. Además, la colaboración de personal cualificado en este tema, ubicado en el Centro de Tenerife, permite acometer las actividades con máximas garantías y rentabilidad científica”.

LAS DIFICULTADES DEL MARCADO

“Las actividades de marcado sobre túnidos y especies afines, y de forma especial sobre pez espada y especies asociadas, tienen enormes dificultades para llevarse a cabo”, explican desde el IEO. En el Atlántico existen “escasos precedentes de marcado usando buques de palangre de superficie como método de captura-marcado y liberación de los peces espada y con garantías de supervivencia a largo plazo”. A pesar de ello, desde el Instituto se han desarrollado diferentes proyectos cuyos resultados han permitido “apoyar hipótesis de stock y de mezcla que difícilmente serían argumentables a partir, exclusivamente, de los datos de marcado realizado por países del Atlántico occidental”.

En este caso, las marcas empleadas serán tipo “pop-up”, y, dado que en el Atlántico NE, “la falta de actividades de marcado (...) limita la obtención de conclusiones a nivel global del conjunto del atlántico norte”, los resultados de la campaña permitirán, según informan desde el IEO, “minimizar las deficiencias de conocimiento y plantear por primera vez este tipo de actividades de marcado electrónico de esta especie en regiones subtropicales del Atlántico NE”.

LAS MARCAS “POP-UP”

Las marcas empleadas en esta campaña “están programadas para archivar la información sobre profundidad, temperatura y nivel de luz en intervalos de 10 segundos”. Están programadas para que se desprendan solas transcurrido un año del marcado; cuando se desprenden, transmiten la información resumida a través del sistema de satélites Argos, por lo que no resulta necesaria la recaptura del pez para acceder a los datos.