Representantes dos setores de produção, distribuição e comercialização de pescado se reuniram nesta terça-feira (13), no Ministério da Pesca e Aquicultura (MPA), em Brasília, para conhecer detalhes do lançamento da X Semana do Peixe. Na oportunidade, foram recepcionados pelo secretário-executivo do Ministério, Átila Maia.

A campanha, que tem o objetivo de fomentar o consumo de pescado no Brasil, será realizada entre os dias 1 a 15 de setembro no Distrito Federal e em todos os estados brasileiros.

Além do Governo Federal, a iniciativa envolve os elos da cadeia produtiva, desde o produtor até o consumidor final.

Segundo Eloy de Sousa Araújo, secretário de Infraestrutura e Fomento do Ministério da Pesca e Aquicultura, que conduziu o encontro com os representantes das entidades, no ano passado a campanha aumentou em média 20% o consumo de pescado no País, tendo como atrativos tanto a divulgação do evento como a redução de preços da ordem de 24%.

Mobilização

A campanha da Semana do Peixe surgiu há uma década na antiga SEAP – que deu origem ao MPA -, quando os supermercados nem ao menos ofereciam pescado aos seus clientes. Desde então, avalia Eloy Araújo, os supermercados criaram setores específicos para a venda de pescados, que se tornaram verdadeiras “vitrines” para o consumidor. A campanha estimula o consumo no segundo semestre do ano, já que no primeiro há a Semana Santa, que tradicionalmente aumenta o consumo de pescado no País.

Ao longo do tempo, a campanha cresceu em participação, conquistou os consumidores e se tornou um instrumento fundamental para incentivar a maior participação do pescado na

alimentação dos brasileiros. Atualmente as ações envolvem supermercados, escolas, feiras livres, bares, hotéis, restaurantes e outros locais de venda e consumo de pescado. A adesão ampliou tanto que hoje a semana “esticou” o seu prazo de validade para duas semanas ou até mais tempo, lembra o secretário de Infraestrutura e Fomento do MPA.

A iniciativa é positiva para a saúde dos brasileiros. Conforme recomendação da Organização Mundial de Saúde (OMS), o consumo de pescado por habitante deve ser de pelo menos 12 quilos por ano. Entretanto, os brasileiros consomem apenas 10 quilos; no mundo, a média chega a 17 quilos por ano, o que explica o peixe ser a proteína animal mais presente na culinária internacional.

A campanha deste ano

A campanha deste ano – com o slogan “Pescado: Delícia com sabor de saúde” - reserva boas surpresas aos consumidores, segundo Sebastião Saldanha Neto, coordenador da Comissão Organizadora da X Semana do Peixe no MPA. Conforme explicou aos representantes das entidades na reunião, o ministério liberou as superintendências federais da Pesca e Aquicultura – que representam o MPA nos estados – para ampliarem o prazo da campanha, caso a programação esteja muito intensa. Também adiantou que a campanha chegará com mais força às feiras populares.

Como nas últimas edições, a X Semana do Peixe promoverá campanha nas escolas, divulgação em pontos estratégicos (supermercados, feiras livres, mercados públicos, restaurantes, hotéis etc), oficinas de manipulação e preparo de pescado e palestras, fóruns e seminários técnicos. A programação completa – estado por estado - será divulgada em breve no site do MPA.

Presente ao encontro, Sebastião Macedo, da Assessoria de Comunicação (ASCOM) do MPA, explicou que estão sendo impressos cartazes e cartilhas, em grande quantidade, para a divulgação da campanha. Os interessados poderão obter em breve o material nas superintendências federais da Pesca e Aquicultura. As peças gráficas também poderão ser obtidas, na forma de arquivos digitais, para posterior impressão, no site www.mpa.gov.br .

Compareceram à reunião, entre outros, Armando Burle, presidente do Conselho Nacional de

Pesca e Aquicultura (Conepe); Cristiano Maia, presidente da Associação Cearense dos Criadores de Camarão (ACCC); Origenes Monte, presidente da Associação Norte-Rio-Grandense de Criadores de Camarão (ANCC); Lucas Orru, diretor de Segurança Alimentar da Ceasa-DF; e Livino Sales, presidente da Associação dos Carcinicultores da Costa Negra (ACCN). Também marcaram presença Pedro Nadanovsky, representando Cristiano Melles, presidente da Associação Nacional de Restaurantes (ANR), e o consultor Roberto Nogueira Ferreira, representando José do Egito Frota Lopes Filho, presidente da Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores (ABAD), entidade que reúne empresas responsáveis por abastecer com produtos diversos um milhão de pontos de venda em todo o País.

Informação e reprodução Site do MPA.

13.08.2013

Assessoria de Comunicação da SPA

Gerson do Valle gerson.valle@spa.ce.gov.br

(85) 3241.0114 / TIM (85) 9954.8989 / OI (85) 87542803

Twitter: @spaceara