

La apuesta de Ternera Asturiana por una comunicación responsable

La imagen de una industria cárnica como una depredadora del medio ambiente para satisfacer los deseos carnales de la humanidad está instalada en una parte de la sociedad actual y por ello es necesario que, desde los diferentes agentes del sector, se establezca una línea de comunicación que sea positiva, creíble y comprometida.

Más allá de modos de vida como el veganismo, las tendencias actuales de consumo muestran un complejo mapa de sensibilidades que el sector cárnico no puede pasar por alto. Las evidencias de un cambio climático hacen que los conceptos de sostenibilidad y respeto por el medio ambiente pesen cada día en la conciencia a la hora de hacer la compra.

Por otro lado, la poca transparencia en algunos casos o el desconocimiento de los procesos productivos por parte del público general hacen que muchas personas hayan incorporado a su ética de consumo el denominado bienestar animal. Para combatir esta imagen negativa es necesario proyectar y divulgar una percepción del mundo agrario y ganadero español que ayude a combatir estos estigmas que en buena medida son injustos.

Un ejemplo de ello es la línea de comunicación que desarrolla el Consejo Regulador de la I.G.P. Ternera Asturiana. Hace cuatro años el sello asturiano, que venía desarrollando una imagen basada en los conceptos de origen y en la tradición, comenzó a incluir en sus campañas promocionales a personas reales como representantes de la cadena humana que lleva la carne hecha en Asturias de los prados a la mesas. Empresarias, cocineros, veterinarias, carniceros y ganaderas reales transmitiendo los valores positivos de la marca asturiana: un producto de cercanía, garantizado, criado en un entorno privilegiado por personas pegadas a la tierra y poniendo especial énfasis en la gente joven para mandar un mensaje de esperanza. Un producto cuyo origen, el medio rural, necesita savia nueva para revertir una situación de abandono. Lejos de buscar una visión edulcorada del ganadero, Ternera Asturiana apostó por una imagen directa, positiva y real.

Hace un año se reforzó esta apuesta con una campaña, "Tenemos Suerte", protagonizada por cuatro jóvenes ganaderas acompañadas de sus reses favoritas. Cuatro chicas del siglo XXI con una característica en común: su amor por las vacas. Estas cuatro chicas, muy conocidas por su dedicación en el mundillo ganadero asturiano, trascendieron de manera casi inmediata llevando con ellas los mejores valores de Ternera Asturiana y haciéndolas receptoras de un gran número de distinciones y premios a nivel nacional, llevándolas a conocer reyes y ministros y siendo objeto de una notable atención por



Responsables de Ternera Asturiana, junto con Sonia Martínez, ganadera e imagen de la marca, presentan "Tenemos Suerte" a SS.MM. los Reyes en Moal

parte de los medios de comunicación. Este interés demuestra que para el público general es favorable identificar a personas del medio rural con valores como el respeto al medio ambiente y a la producción cárnica respetuosa y sostenible que es, en la mayoría de los casos, como se produce en nuestro país.

La verdad, la comunicación directa y verosímil, es un arma de comunicación muy poderosa. En Asturias más de la mitad de las explotaciones ganaderas están a nombre de mujeres. En Asturias las vacas se crían en extensivo, pastando al aire libre la mayor parte del año. En Asturias existe una secular cultura ganadera expresada en espacios de pastoreo impresionantes y en concursos de ganado multitudinarios en los que se demuestra pasión, amor y compromiso con los animales. En Asturias hay hombres y mujeres jóvenes que quieren mantener la vida en el campo y que viven en siglo XXI sin complejos. Trasladar estos valores reales al público de un modo positivo hace que el consumidor pueda identificarse con la marca, con el producto y con unos modelos de producción que están en entredicho porque no se conocen bien por parte del público general.

ASTRID con
CASTRINA
**Tenemos
suerte**



terneraasturiana.org



TERNERA
Asturiana

