

caracterizado por la transparencia y la permeabilidad para hacer públicos los asuntos más comprometidos de sectores y empresas.

No resulta tampoco beneficiosa la gran cantidad de entidades representativas de sectores y subsectores que operan en el mismo ámbito. A las organizaciones interprofesionales, hay que añadir las propias de la industria más las del sector primario. Sería necesaria una mayor unidad sectorial y de portavocía, para evitar el exceso de ruido en los medios o al menos mantener coordinación y coherencia en el modo de actuación y los mensajes.

Incluso en Europa, son dos las organizaciones representativas, Clitravi y UECBV, con todavía poco impulso en materia de comunicación pese a la cantidad de frentes que tiene abiertos el sector a nivel internacional. Por el contrario, entidades como la patronal cárnica del Reino Unido o la estadounidense North American Meat Institute (NAMI) son ejemplares

en cuanto a su transparencia y capacidad de proactividad.

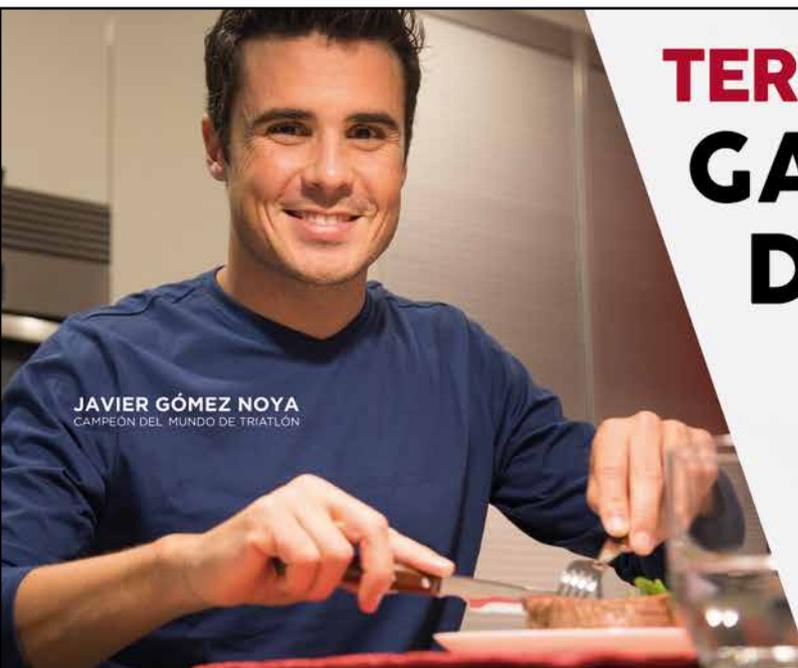
El sector cárnico es una parte esencial de nuestra economía, por su impacto en la generación de riqueza y de empleo, y es esencial para alimentar a la población. La carne es fundamental en una dieta sana y equilibrada. Existen estudios que demuestran que la abstinencia de proteína animal genera importantes carencias nutricionales, con la consiguiente repercusión en la salud.

Ninguna investigación ha evaluado específicamente el impacto ambiental de las dietas basadas únicamente, o en gran medida, en proteínas de origen vegetal. Y muchos de los productos veganos alternativos a la carne que están proliferando en los lineales de los supermercados son al final productos industriales, menos naturales que su modelo a imitar, y con su consiguiente impacto medioambiental.

La agroindustria necesita también de profundas mejoras en muchos ámbitos

que reduzcan su impacto en nuestro entorno, como otros muchos sectores industriales a los que no se cuestiona de una manera tan radical. Las empresas ya han logrado grandes avances en la reducción de envases, por ejemplo, con ratios bastante significativos. Los actores del sector son conscientes de la repercusión ambiental que genera su actividad y muchos de los proyectos de innovación que ejecutan empresas ganaderas e industriales intentan corregir este aspecto. Están en el camino, aunque quede bastante trecho por andar.

Argumentos como estos, entre otros muchos, son los que el sector debe esgrimir para mantener un diálogo con sus públicos objetivo que le sirva para defender su reputación y mantener su fortaleza y viabilidad. Mostrar a la sociedad lo que el sector ha avanzado en muchos campos y asumir lo que le queda por recorrer son parte de los deberes a realizar para mantener el vigor, la credibilidad, y la sostenibilidad en el medio y largo plazo. ■



JAVIER GÓMEZ NOYA
CAMPEÓN DEL MUNDO DE TRIATLÓN

TERNERA GALLEGA GARANTÍA DE ÉXITO

