'Tenemos corazón' pone en valor al productor de alcachofa de la Vega Baja

La Asociación de la Alcachofa de la Vega Baja ha lanzado la campaña 'Tenemos corazón', una iniciativa que pretende reconocer todo el trabajo que miles de familias desempeñan en la comarca alrededor de este cultivo y la repercusión que tiene el mismo para el desarrollo socioeconómico de la Vega Baja.

En este audiovisual, que cuenta con el apoyo de la Diputación de Alicante, podemos ver una representación de los 5.000 empleos directos que genera la alcachofa de la Vega Baja a través de agricultores de varias generaciones, de las personas que trabajan en las empresas de conserva, en los almacenes de envasado, en las subastas y transportistas; entre otros.

Además, también aparece todo lo que simboliza este producto para la Vega Baja desde el punto de vista de la identidad del territorio, su paisaje, el entorno medioambiental, el patrimonio hidráulico, la tradición y los valores de la huerta así como la repercusión que tiene para el ámbito gastronómico, turístico y como motor económico de la Vega Baja.

De esta forma, la campaña “pretende jugar” con el término corazón porque es la parte más preciada de la alcachofa, con el corazón de todas las personas que hacen posible que este cultivo llegue de la huerta a la mesa y con la importancia que tiene para un territorio que vuelve a latir tras el desastre de la DANA.

En este sentido, el presidente de la Asociación Alcachofa de la Vega Baja del Segura, Diego Martínez, ha señalado que el objetivo de esta campaña es “llegar a los consumidores para que conozcan todas las personas que participan en este proceso y el esfuerzo que supone” porque tal y como comenta Martínez “tanto la plantación como la recogida, manipulación, envasado y la conserva se hace mano a mano, una por una”.

“Muchas veces llegamos al punto de venta, compramos el producto y no somos conscientes del trabajo que hay detrás del mismo ni la repercusión que tiene en términos de generación de puestos de trabajo, ni la trascendencia que tiene para la zona de cultivo, ni el movimiento que se genera a su alrededor”.

Además, continúa Martínez, “pretendemos que el comprador conozca el origen del producto, mire la letra pequeña de las conservas para descubrir si esa alcachofa es nacional o importada y que apueste por un consumo responsable que pasa por los productos de temporada, de cercanía y que crean empleos”.

Por otra parte, desde la Asociación Alcachofa de la Vega Baja también se apela a la solidaridad del consumidor para adquirir productos de esta comarca que viene de sufrir el desastre de la DANA cuando se perdió el 60% de la producción.

“Muchísimos agricultores lo perdieron todo el año pasado y la mejor manera de ayudarles este año es consumir sus productos como muestra de apoyo y solidaridad”, concluye Diego Martínez.

Imagen con forma de corazón

El vídeo se podrá ver en las redes sociales y página web de la Asociación Alcachofa de la Vega Baja (www.alcachofavegabaja.com) y también se ha trabajado en una imagen alrededor del concepto ‘Tenemos corazón’ para generar contenido en redes sociales vinculado a la campaña.