

# La ganadería y la comunicación

---

Por Héctor Huergo

Seminario del Instituto de Promoción de la  
Carne Bovina Argentina (IPCVA)

Resistencia, 26 de febrero de 2009

# Comunicar, ¿para qué?

---

- El campo y la agroindustria crecieron sin contarle a nadie.
- ¿Ha sido esto bueno o malo?
- “A las cosas importantes hay que ponerle nombres intrascendentes” (para no despertar el interés de los burócratas).

# Fue una buena estrategia, pero...

---

- A la luz de los acontecimientos, fue bueno que nadie se interesara mucho en el sector.
- Cuando lo descubrieron, fueron por él.
- Se hizo demasiado grande como para pasar desapercibido.
- Hoy hay que empezar casi de cero.

# “Con una buena cosecha nos salvamos”

---

- Una percepción popular que exalta el valor del campo.
- Pero que genera una imagen de facilismo. Al fin y al cabo, nos salvamos muchas veces gracias al campo.
- Pero para la gente, hasta ahora, una buena cosecha era gracias a la lluvia y nuestra fertilidad natural.

# La percepción del taxista

---

- Cuando sube el gasoil, hay que subir la tarifa.
- “Cuando sube la carne, qué pasó, ¿subió el pasto?”.

# Percepción de la ganadería como actividad “primaria”

---

- Todo la sociedad, incluyendo los propios ganaderos, creen que la ganadería es una actividad “primaria”.
- “Primaria” tiene una connotación negativa. Reminiscencias de “primitiva”.
- Pero lo primitivo era la caza. La ganadería la sustituye. Es la modernidad.

# Un origen primitivo

---

- Las vacas que se le escaparon a Alvar Nuñez “Cabeza de Vaca”...
- Se reprodujeron al amparo de los pajonales de las pampas.
- El gaucho y el lomo.
- Desde siempre, se percibió como un don divino.

# Pero la ganadería fue otra cosa

---

- Fue el primer gran emprendimiento nacional.
- La gran epopeya de las pampas.
- Enormes inversiones.
- Extraordinario salto tecnológico.
- Agricultura para la ganadería. La pampa gringa, las colonias.

# La infraestructura

---

- Los frigoríficos
- El Ferrocarril
- El alambrado y el molino
- Las estancias
- Los colonos
- La alfalfa
- Los “tarquinos”

# Un espectacular salto tecnológico

---

- En pocos años se refinó todo el rodeo cimarrón.
- La Argentina dominó el mercado de la carne de calidad.
- Y como consecuencia, hasta fuimos el granero del mundo.

# Pero la carne seguía siendo un don

---

- El romance del porteño con la carne viene de lejos.
- El primer cuento argentino (El Matadero, de Estaban Echeverría) plantea el conflicto por el desabastecimiento de carne.
- Entra la política y la propia Iglesia, para la cual la carne era cosa mala.
- Hoy sigue todo igual, salvo que los curas pobres reclaman el derecho a la carne...

# Un don natural, producto de caza

---

- Esto genera la idea de que tiene que estar garantizada en la mesa de los argentinos.
- Un problema para el sector ganadero, porque la carne ya no es lo que era en tiempos de los gauchos. Ahora hay que producirla.
- Y para colmo, el avance tecnológico de la agricultura obliga a nuevos sistemas de producción.
- Hoy la carne es un negocio de “segundo piso”. La vieja ganadería dejó paso al engorde intensivo.

# Reivindicación de la ganadería

---

- Contar lo que tarda un novillo en llegar al mercado es una buena estrategia.
- Pero hoy hay que decir más cosas.
- Hay que romper con la idea de que si tarda tanto, es porque se está criando solo.

# Los grandes saltos tecnológicos

---

- La genética. En el Chaco, capital del Brangus, prototipo de las razas sintéticas.
- La inseminación artificial. Hoy tienen un centro de inseminación modelo. Que ha evolucionado hacia la biotecnología de última generación.
- La IATF. Que implica el uso de insumos modernos para la sincronización de celos.

# Nuevas tecnologías forrajeras

---

- Pasturas subtropicales. Desmonte.
- Reservas forrajeras.
- El uso de granos (sorgo, maíz) y subproductos (tortas, subproductos 'no residuos' de la agroindustria).

# Tecnología comercial

---

- El Instituto.
- La histórica promoción.
- La negociación diplomática (Cuota Hilton y otras) permanente.
- Buen lobby externo respecto a otros sectores del campo.
- Aparición de marcas.

# La comunicación

---

- “Sé bonita y cállate la boca”.
- Mostrar la belleza de un sector que progresa sobre la base de tecnología e inversión.
- Lo que se ve desde el satélite.