

EL PUEBLO DEBE SABER EL TRABAJO DE LA CADENA DE GANADOS Y CARNES

Lic. Luis Fontoira*. 2006. Rev. Angus, Bs. As., 235:24-28

*Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina

www.produccion-animal.com.ar

Volver a: [Comercialización y transporte](#)

INTRODUCCIÓN

El escritor argentino Adolfo Bioy Casares sostenía que los dichos populares, las frases hechas, los lugares comunes, siempre tienen algún asidero con la realidad que les dio origen. Sin embargo, el mito o presupuesto popular que sostiene que los argentinos somos los mayores especialistas en carne vacuna parece desmentir la aseveración de Bioy.

Si bien es correcto que tal vez los argentinos seamos "campeones" en cuanto al consumo y la valoración de la carne vacuna en la dieta diaria -los más de sesenta kilogramos anuales por habitante así lo confirman-, un estudio encargado por el Instituto de Promoción de la Carne Vacuna Argentina (IPCVA) a la consultora TNS-Gallup Argentina, demuestra un altísimo nivel de desconocimiento en cuanto a la producción e industrialización de la carne y el trabajo de cada eslabón de la cadena

Este mismo nivel de desconocimiento podría compararse con el que existe en otras cadenas productivas, pero la falta de información se torna alarmante cuando se toma en cuenta otro factor: la carne está presente en casi todas las conversaciones familiares, en las charlas de café, en los títulos de tapa de los diarios de todo el país, en noticieros radiales y televisivos. De hecho, en los últimos meses muy pocos temas ocuparon la agenda pública con tanta intensidad como la carne, solamente superada por el mundial de fútbol. Está dicho que la opinión pública no siempre es la opinión publicada, pero en este contexto es necesario agregar un último factor que complica aún más la comunicación de la cadena hacia los consumidores: los medios masivos -grandes educadores y formadores de opinión- presentan mayormente el mismo nivel de desconocimiento, con lo que la realidad se distorsiona hasta límites insospechados.

IMPORTANCIA DE LA CARNE VACUNA

La importancia que se le asigna en el imaginario popular a la carne vacuna en todo el país permite comprender por qué la carne está en cada boca y no sólo como alimento.

El informe revela que existe un amplio consenso en la población argentina en cuanto a la importancia que tiene la producción de la carne vacuna para el desarrollo económico de nuestro país (un 95 % así lo declara).

Al preguntarse por distintos aspectos relacionados con la producción de carne, surge una fuerte asociación con el empleo (54 %). Luego, se menciona a la industria (29 %), a los pequeños chacareros/productores/campesinos (25 %) y el orgullo nacional (24 %). Un 19 % asocia a la producción con divisas.

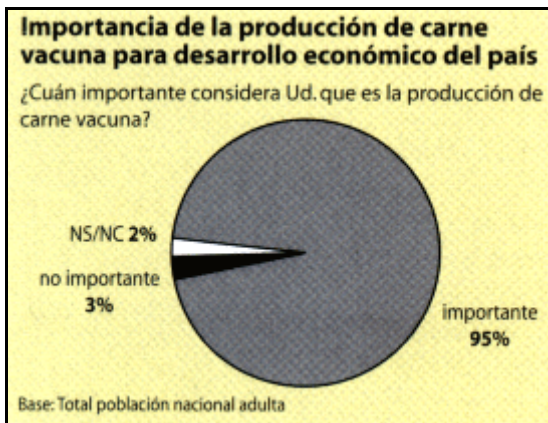
El empleo es la palabra más asociada en todos los niveles socioedemográficos, especialmente entre hombres. En la clase alta, es igualmente fuerte la asociación con industria.

Es importante agregar un dato tan curioso como revelador: tanto en los ítems anteriormente mencionados como en el resto de los que conformaron el estudio prácticamente no existen diferencias entre la opinión recogida en los grandes centros urbanos del país, en los cordones industriales que los rodean y en el denominado "interior", incluyendo zonas semi-rurales y rurales.

CIFRAS: NO SABE / NO CONTESTA

Al preguntar a la población por las grandes cifras relacionadas con la producción de la carne vacuna (cantidad de frigoríficos, productores, personas empleadas), se detecta un profundo desconocimiento a pesar de la asociación de la carne al empleo anteriormente mencionada.

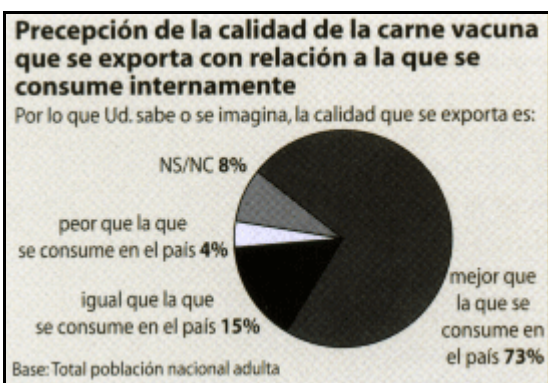
Entre 78 % y 82 % no arriesgan números ni opiniones de ninguna índole y, entre los porcentajes muy minoritarios que sí dan una opinión, se detecta que los argentinos sobreestiman la cantidad de frigoríficos, subestiman la cantidad de productores ganaderos y desconocen la cantidad de empleos que brinda directa o indirectamente la cadena de producción de la carne vacuna.



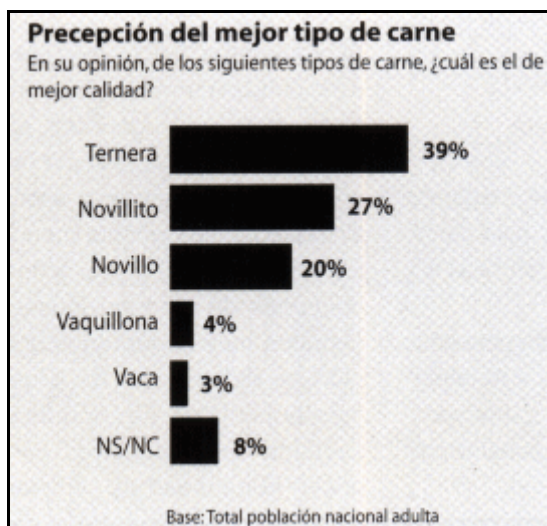
CALIDAD DE CARNE, CONSUMO Y EXPORTACIÓN

Uno de los datos más alarmantes que se desprenden del estudio, teniendo en cuenta el grado de conflictividad mediática de los últimos meses, es que siete de cada diez argentinos creen que la carne vacuna que se exporta es mejor que la que se consume en el país. Esta aseveración no sólo es falaz, dado que la calidad de carne es la misma sino que, forzando el análisis, se podría aseverar exactamente lo contrario de acuerdo al "paladar" argentino, que sobreestima los animales jóvenes y pequeños.

Lejos de la opinión mayoritaria, un 15 % de los argentinos indica que la calidad es la misma y sólo un 4 % declara que la carne exportada es peor que la que queda en el país. Esta creencia, en líneas generales, se mantiene en todos los segmentos sociodemográficos.



Al preguntar sobre del porcentaje de carne vacuna que se exporta, la mayoría de los argentinos cree que es mucho mayor la cantidad que se envía al extranjero que la que se consume en el país, pese a que los datos de la realidad indican que cerca del 80 % de la carne producida queda en nuestras mesas. Es así como un 20 % declara que se exporta entre un 26 %-50 %, un 25 % entre un 51 %-75 % y un 12 %, más de un 75 %, En este caso, un porcentual significativo, 41 %, no responde.



Otro dato sintomático del desconocimiento está vinculado a la valoración de las diferentes categorías de animales en relación a la calidad de carne.

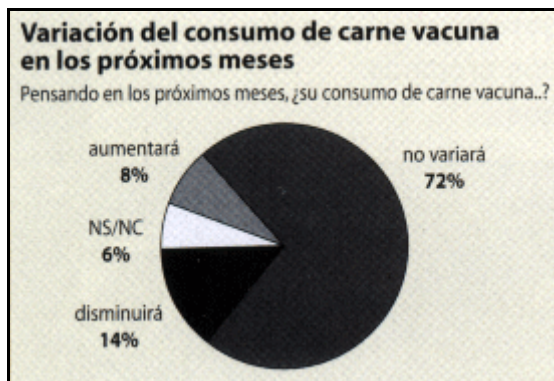
Si bien, como era de esperar de acuerdo al ya mencionado "paladar" argentino, la ternera es la categoría más valorada, con un 39 % de las opiniones, la vaquillona se ubica casi en el último lugar de las valoraciones (4 %), con un porcentaje similar al de la vaca (3 %).

TIEMPO DE PRODUCCIÓN

El esforzado trabajo de la cadena de ganados y carnes, tiene su origen en el tiempo necesario para producir un animal destinado al consumo, muy superior al de las demás cadenas agroalimentarias. Sin embargo, esta situación es desconocida por la mayoría de la población, lo cual permite inferir una subestimación del trabajo de productores e industriales. Un 50% de los encuestados ni siquiera arriesga cifras cuando se lo consulta sobre el tiempo que media desde que nace un animal hasta que llega al plato. Entre los que sí arriesgan cifras, la percepción apenas alcanza los dos años, siendo que si se suma la preñez, el destete y el engorde, el tiempo de crianza está más cerca de los tres.

PRECIOS, RENDIMIENTO Y PERSPECTIVAS

La andanada mediática de los últimos meses obviamente incidió en el humor social y la valoración pública de la cadena. Es así como una gran mayoría considera que el precio de la carne es caro, incluso comparado con el de otras carnes, lo cual, además, es incorrecto. Pese a ello, los consumidores argentinos le otorgan a la carne vacuna un rendimiento muy superior al de otras carnes y, en ese contexto, la mayoría sostiene que su consumo no variará en los próximos meses (72 %) e, incluso, un 8 % dice que lo aumentará.



ALGUNAS CONCLUSIONES

Una de las reglas elementales de la comunicación indica que el nivel de desconocimiento público incide directamente en la conflictividad del discurso cuando un tema se instala con la fuerza con que lo hizo la carne vacuna en los últimos meses.

Al no existir elementos concretos, objetivos y comprobables de juicio, la opinión pública se dispara espasmódicamente detrás de títulos de tapa y columnas de formadores de opinión, generalmente sometidos a la misma falta de información técnica, comprobable y objetiva que el conjunto social.

Como botón de la muestra, no sorprende, entonces, que sólo un 10 % de los argentinos le otorgue cierta importancia al aumento del consumo interno de los últimos años en el precio del producto, o que sólo un 8 % lo relacione con la escasa oferta interna de carne, seguramente uno de los detonantes de la crisis actual.

La salida de la crisis mediática de la cadena de ganados y carnes no será sencilla, pero un primer paso seguramente será informar clara y correctamente a la población, a los periodistas y a los formadores de opinión sobre el trabajo de cada eslabón.

Será necesario transparentar y difundir el trabajo de quienes trabajan día a día para que la Argentina produzca, como todos sabemos -ahora sí confirmando opinión de Bioy Casares con la que comenzó esta nota-, la mejor carne del mundo.

[Volver a: Comercialización y transporte](#)