



**Carlos Neves**

Produtor de leite e secretario xeral da Asociación de Produtores de Leite de Portugal (Aprolep)

► TEMOS QUE MOSTRAR A REALIDADE DO CULTIVO DOS CAMPOS, A CRÍA DAS VACAS E O ROSTRO DOS AGRICULTORES

## É urxente comunicar a agricultura

"O que me preocupa non é o berro dos corruptos, dos violentos, dos deshonrados, dos sen carácter, dos sen ética... O que me preocupa é o silencio dos bos."

*Martin Luther King*

Saben esa sensación de estar vendo o noso equipo de fútbol sufrindo goles e non mudar a táctica de xogo? É como me sinto moitas veces cando vexo a agrogandería perdendo o xogo da comunicación cos movementos activistas que din que os criadores e as súas vacas teñen a culpa de todos os males. Despois do "chibo expiatorio" do Antigo Testamento, temos as "vacas expiatorias" do século XXI. Non é un xogo fácil. Por unha banda, somos inexpertos en comunicación (agricultores e técnicos) e, pola outra, están os activistas centrados na comunicación permanente.

Os produtos da agricultura e a gandería que hoxe chegan ao prato do consumidor son máis seguros e producidos de forma máis eficiente que hai cen anos. Producir un quilo de carne ou un litro de leite na agricultura moderna necesita menos auga, menos terra e menos enerxía. Iso é o resultado da investigación, do asesoramento técnico e da execución profesional e coidada no cultivo das plantas e na cría de animais. Esa evolución debemos comunicarlle aos consumidores.

Cómpre entender que a comunicación é unha ciencia que esixe estudo e investimento no traballo dos profesionais. Investimos millóns en investigación, investimos millóns

en máquinas e construcións para coidar dos animais co máximo benestar seguindo a información científica dispoñible e, despois, todo o que facemos é arrasado nun documental manipulado que non fomos quen de prever e ao cal non somos quen de responder de forma eficaz. A comunicación é unha ciencia na que debemos investir.

A comunicación debe ser profesional, pero tamén auténtica e verdadeira. Temos que mostrar a realidade do cultivo dos campos, a cría das vacas e o rostro dos agricultores, non só actores guapos en prados de soño dirixidos por publicistas para amosar un ideal que os consumidores desexan, pero que non existe.

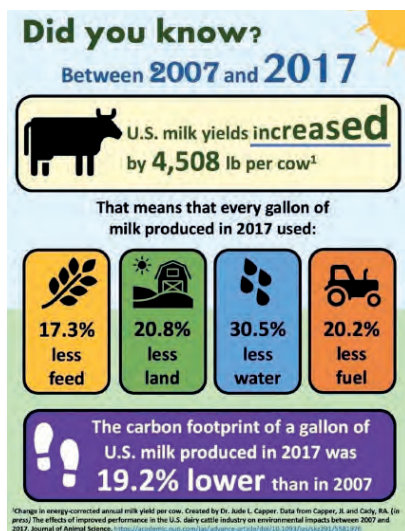
É importante que sexamos os primeiros en comunicar. Quen xa visitou unha granxa, quen sabe como traballan e coidan dos seus animais os agricultores normais non vai crer o primeiro documental manipulado que lle mostren. Ao contrario, se a primeira impresión é mala, será moi difícil retomar a confianza desa persoa que creou prexuízos.

A nosa comunicación ten que ser permanente, como o son os ataques á nosa actividade. Non basta escribir un comunicado en cada crise ou facer unha campaña de comunicación cada cinco anos. É preciso



European Commission

▶ É PRECISO QUE HAXA BOS PORTAVOCES, SEMPRE DISPOÑIBLES E FACENDO UN LABOR PERMANENTE



que haxa bos portavoces, sempre dispoñibles e facendo un labor permanente.

A comunicación no século XXI está tan segmentada coma unha torta de galletas. Antigamente, as guerras gañábanse por terra, mar e aire. Agora temos que combater a loita da comunicación en todos os niveis: nos xornais, na radio, na televisión, nos documentais e nas distintas redes sociais, do Facebook ao Instagram, pasando polo Twitter e o WhatsApp.

Discutir con fanáticos é tempo perdido, pero denunciar mentiras é unha obriga para protexer os outros de seren enganados. En Portugal dicimos que “onde hai fume, hai lume”, pero tamén pode ser fume artificial dos concertos de música, artificial e falso coma a carne sintetizada en laboratorio ou coma as bebidas que tentan semellarse ao leite... ou pode ser Lewis Hamilton queimando pneumáticos e gasolina na Fórmula 1 tras deixar de comer carne para “protexer o ambiente”.

No fútbol, se xogamos sempre á defensa no noso campo arriscámonos a perder. Tamén debemos xogar ao ataque e no campo do adversario. Que intereses ten quen nos ataca? Quen gaña coa nosa renuncia? Que subvencións buscan? Quen lles paga? De que viven? Que erros cometeron xa? Cando foron collidos mentindo? Cantas persoas deixaron de comer carne e peixe e volveron despois a unha dieta normal porque tiveron problemas de saúde? Cantos nenos enfermaron ou morreron porque os pais lles restrinxiron a dieta e ata foron condenados nos tribunais por iso?

No fútbol atacar non é tarefa do gardameta nin dos defensas. Tampouco a tarefa de xogar no campo do adversario lles compete aos agricultores, pero alguén ten que facelo,

polo ben de todos: da agricultura, do medio rural, do ambiente e da saúde da poboación.

Nós, agricultores, podemos usar as redes sociais para comunicar. Eu fágoo no meu blog “Carlos Neves Agricultor” [<https://carlosnevesagricultor.blogs.sapo.pt/>] no Facebook co mesmo nome e no Instagram. Outras páxinas do Facebook que recomendo son “Agricultora, veterinária e mãe” [<https://www.facebook.com/agricultoraveterinariaemae/>], tamén de Portugal; “Farmer Tim” [<https://www.facebook.com/mayhavenfarms/>], no Canadá ou “Farm Babe” [<https://www.facebook.com/iowafarmbabe/>] nos Estados Unidos.

Sexamos positivos! A maioría da poboación está connosco, respecta o noso traballo e só necesita que saibamos ouvir as súas cuestións e que respondamos sen mentir, ser agresivos ou desistir.

Segundo unha enquisa de 2019, o 99,8 % das persoas continúa a comer carne e peixe [<https://bit.ly/2Gwl2C0>]. O resto é moito activismo, moita confusión e pouco contido. Estamos a gañar o campionato da alimentación e podemos gañar o xogo da comunicación. ■