

[\[previo\]](#) [\[próximo\]](#) [\[versión impresor\]](#) [\[inscripción\]](#)



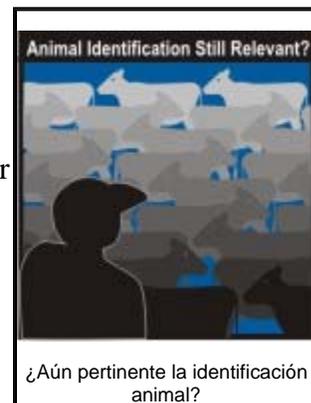
El Hablaganados 504: Cosas nuevas están pasando, así que esté atento

Por Kris Ringwall, Especialista de ganado Servicio de Extensión de NDSU
Traducción por Dr. Michael Cartmill, Dickinson State University

Intentar clavar la mirada en un grupo de ganado previamente suyo entre un mar de ganado mayormente negro o rojo es imposible.

¿Es todavía pertinente el tema de la identificación animal? El pensamiento tras el comentario era la noticia que El Ministerio de Agricultura de EE.UU. no iba a proseguir un sistema de identificación animal.

Ésa es una buena pregunta con la confusión causada por el debate sobre la identificación animal. A veces, las razones básicas por las cuales se empezó el debate inicialmente se pierden. El hecho queda que, a pesar de las razones, el ganado no siempre se identifica fácilmente. Por ende, el concepto de marcas orejeras, cortes orejeras, marcas con hierro o alguna otra marca distintiva ha existido por mucho tiempo.



A lo largo de los siglos al trabajar con ganado domesticado, los archivos están repletos de gente que ha discutido la propiedad de cierto ganado. Históricamente, aquellos serían vecinos o gente en proximidad el uno al otro intentando mantener la integridad de sus manadas. Con la excepción de ladrones de ganado, el proceso sería sincero y bienintencionado.

Sólo en tiempos más recientes se le ha pedido a la industria de la carne de res que tome en cuenta grupos de ganado entremezclados. Éste es ganado no entremezclado entre vecinos, sino literalmente entre gente viviendo en diferentes países. Ése es un cambio. Sin reparar en cómo se siente uno acerca de los procesos de identificación, hay una necesidad verdadera de seguir la trasladación del ganado mientras se cambia o se transporta por toda la industria.

Se me hace pensar en el significado de estrechar la mano en el negocio del ganado. Estrechar la mano quiere decir gracias o buena suerte (o muchos saludos más sin decirlos) y sirve para consumar la comunicación que sella el trato.

Otra vez, históricamente, el aspecto comercial del negocio de ganado ha sido bastante sencillo. El papeleo no es excesivo. El personal de ventas excelente escucha, nota la situación y cierra el trato, no con un bolígrafo, sino con un martillo de subastador, una inclinación de la cabeza y una señal del dedo índice. Los becerros o vacas recién vendidos son acorralados de nuevo, cargados y llevados a lo largo de la carretera con la tinta todavía en el bolígrafo. La industria exige la inclinación de la cabeza de confianza y una mano del productor.

Sin embargo, los tiempos han cambiado y así también las expectativas de la industria de la carne de res. El ganado con la apariencia estándar ya es la imagen idéntica de grupos de ganado. Intentar clavar la mirada en un grupo de ganado previamente suyo entre un mar de ganado mayormente negro o rojo es imposible. A menudo nos preguntamos por qué tanto ganado negro, pero el negro es un color dominante en el ganado, y una vez que se introduzca el gene negro en un linaje de ganado, la singularidad del color desaparece rápidamente.

El otro color que sigue el gene negro es el rojo. Aunque genéticamente recesivo al negro, si se selecciona a propósito, establecer el color rojo es relativamente sencillo. Básicamente, el segundo color base del ganado es rojo y una vez criado en una manada, el ganado será rojo. Con la excepción de algunos genes marcadores, de dilución o modificantes, es posible producir ganado con una apariencia única que es singular.

Al tenerlo en cuenta, ponemos marcadores ojeras, marcamos con hierro o marcamos de otra forma al ganado. Para complicar las cosas aun más, sentimos orgullosos de los grupos de ganado uniformes. En el mundo ideal, todos deben parecer iguales, pero allí queda el problema. Todo el ganado que tiene el mismo fenotipo puede tener un genotipo radicalmente diferente. Para complicar las cosas más, el consumidor pide algún tipo de garantía que lo que se ofrece para la venta no sólo tenga los rasgos que podemos ver fácilmente, como el color, sino que también tenga un nivel establecido de aceptación de rasgos que no se pueden ver.

Por ejemplo, se puede pedir la calidad alimenticia, el sabor y textura y tal vez una breve historia productiva al vender el ganado. Para enredar las cosas un poco más, más y más no es cuestión de estándares del programa o la industria, sino sobre el animal individual. Allí es donde comienza el desafío.

La mayoría de los días, sólo se trata del productor “trabajando” las vacas tal como siempre “se han trabajado” las vacas y probablemente siempre será así mientras que vacas sean vacas. Los productores llegan a conocer al ganado y el ganado llega a conocer al productor. Eso crea un sentimiento de buen sentido que está al corazón de todo productor de ganado talentoso.

Pero sigue el desafío. ¿Cómo puede uno comunicar ese “buen sentido” a una base perpetuamente creciente de consumidores que ya no es local, sino literalmente mundial, y hacerlo con una señal del dedo índice y un golpe con el martillo de subastador?

Sí, la identificación animal es muy pertinente. Cosas nuevas están pasando, así que esté atento.

Qué encuentre usted todas sus caravanas.

Sus comentarios siempre son bienvenidos en www.BeefTalk.com. Para más información, póngase en contacto con el North Dakota Beef Cattle Improvement Association(la Asociación de Mejoramiento de la Carne de Res de North Dakota 1133 State Avenue, Dickinson, ND 58601 o vaya a www.CHAPS2000.com en la Red Internet.

Fuente: Kris Ringwall, (701) 483-2348, ext 103, kringwal@ndsuext.nodak.edu

Redactor: Rich Mattern, (701) 231-6136, richard.mattern@ndsu.edu