

OTRA OPORTUNIDAD DESAPROVECHADA

Aunque no avanzamos ni un metro no vamos a dar por perdida la batalla cultural para que se entienda que difundir el turf no es un gasto sino una inversión.

La confusión actual es de tal magnitud que ahora vemos a distintos actores posteando en redes sociales triunfos de caballos con el fin de promocionar un haras o un padrillo aplicando sintaxis que se da de bruces con los más mínimos y básicos postulados de la Real Academia Española. Creen que así “publicitan”...

“Difundir” es algo más profundo y “difundir” con éxito es un arte.

Nos guste o no, estemos de acuerdo o no, hoy en la Argentina se vive el auge del feminismo. El clima social es el empoderamiento de las mujeres y el sábado “tuvimos un regalo” que se desaprovecha: María Cristina Muñoz fue la primera entrenadora mujer en ganar una Polla de Potrillos en la Argentina y la segunda a nivel regional, en un ambiente dominado claramente por los hombres.

Una estrategia de difusión inteligente ya hubiera pagado una silla en la famosa mesa de los almuerzos para que María cuente su experiencia de vida (¡sííí... las sillas se compran!) y de paso cuando la señora le pregunte “¿Dopan a los caballos para ganar las carreras?” bajar un discurso que hable del esfuerzo y del trabajo a diario que significa entrenar un SPC.

O la acercaría a alguno de los magazines diarios a los que tanto les cuesta encontrar temas de interés. Pero... ¿A esos programas les interesaría...? ¡Se paga y les pasa a interesar al instante!

O también podría ser una nota de doble página en cualquiera de las revistas dominicales de los diarios de circulación nacional. (También pagando se consigue).

El clima de época favorece una movida en este sentido y sin dudas se llegaría a un público nuevo.

Pero para esto hace falta plata... ¡y sí! Plata y una acción coordinada entre todos los actores de la actividad –hipódromos, asociaciones y gremios– para dirigir y bajar el mensaje correcto.

¿No habrá llegado el momento de que todos resignen algo y crear un departamento de difusión hípica?

Una parte del fondo de reparación... otra parte de los slots porteños que van a la hípica... algún aporte adicional de los hipódromos y un grupo de gente capacitada para el trabajo.

Parece utópico pero no vamos a resignarnos porque este tema es prioritario.

DEL EDITOR

