enguera seminaris d'estiu seminarios de verano

Presente y futuro de los territorios rurales

Tema: **Presente y futuro de los territorios rurales**

Ponentes: **Concha Becerra (Universidad Rural Paulo Freire)**

Josep Botella (Unió de Llauradors i Ramaders)

Coordinación y relatoría: **Juan Manuel Sanchis**

María José Roca

Introducción

En las últimas décadas el mundo rural se ha visto envuelto en dificultades para continuar siendo un trabajo de reputación y popularidad, agravadas aún más por la crisis económica actual. La pérdida de ocupación en agricultura y ganadería, se abandona el campo ante la imposibilidad de subsistir del trabajo agrícola mientras aumenta el desequilibrio territorial.

La globalización (deslocalización) en el mercado agrava aún más esta problemática siendo insostenible la competición en precios procedentes de países terceros: grandes distribuidoras aprovechan para adquirir grandes volúmenes de producción de coste muy bajo para después venderlos con un dilatado margen de precios, incapacitando a los consumidores para decidir sobre el consumo de los alimentos. En este caso los pequeños productores locales no tienen circuitos comerciales que puedan llegar directamente al consumidor ofreciendo productos de calidad que no ofrecen las grandes multinacionales.

El mundo rural

La agricultura y la ganadería son dos actividades complementarias ligadas al desarrollo efectivo del mundo rural El equilibrio de un ecosistema necesita del conjunto de actividades agrícolas, ganaderas, silvícolas,... para fomentar una conservación tanto del paisaje como del medio ambiente. La desaparición de un pastor implica la contratación de una brigada rural para la conservación de zonas forestales con un incremento del gasto monetario y una menor efectividad.

Política y forma de organización

En la actualidad la crítica situación agrícola se ha agravado por cambios en la Política Agraria Común (PAC), apertura y desregulación de los mercados y concentración de la gran distribución.

Las actuales leyes ya inciden en la seguridad alimentaria, el bienestar animal y las condiciones humanitarias de trabajo.

La concentración del mercado recae en un reducido número de empresas que controlan el 70% de la distribución minorista de alimentos en España. Esto tiene como resultado un mercado desequilibrado, por lo que provoca la compra de volúmenes de producción con precios a perdidas y a sobreprecios., así como la incapacidad del consumidor para elegir precios y calidades.

Las propuestas que se persiguen para lograr salir de la crisis son:

- Regresar a las políticas clásicas arancelarias y de gestión de mercados.
- Cambiar las normas de la competencia (precios mínimos, legislación en la importación,...)
- Cumplir la normativa en etiquetaje: el consumidor debe de estar bien informado de aquello que adquiere.
- Cumplir la normativa fitosanitaria en las importaciones.
- Hacer políticas de diferenciación y calidad alimentaria que permitan dar información al consumidor.
- Tener instrumentos estadísticos que den transparencia al mercado.
- Dejar de considerar la alimentación como una mercancía más y que tenga una regulación específica.

El consumidor en la actualidad pierde la capacidad de elección y decisión sobre los productos que adquiere mientras que el productor también pierde el control sobre los recursos (semillas, territorio,...).

La educación y la concienciación al consumidor

Actualmente se ha perdido la cultura del conocimiento de una alimentación sana y de calidad. Esta pérdida puede llevar a generaciones posteriores a la ignorancia y el desprecio por aquello que se come.

Es necesario establecer programas que incidan en la cultura de un consumo sano y saludable, además de concienciar a la población a establecer lazos que mantengan un mundo rural vivo a través de huertos escolares, huertos urbanos ecológicos, grupos de consumo…

El ritmo de vida actual en el que se premia el individualismo, desfavorece el consumo racional de productos locales porque existe una necesidad creada en la centralización para satisfacer la comodidad de tener un establecimiento que oferta gran parte de los productos utilizados en la vida cotidiana. De modo que los productos locales pierden importancia ante productos de menor

precio y sin ningún tipo de información relevante, de donde se desprende que necesitamos una concienciación social que incentive la adquisición de productos locales a la vez que incrementaría el comercio de la zona.

En muchos casos la organización de personas en grupos, asociaciones o cooperativas son una alternativa viable que beneficia tanto al productor como al consumidor porque:

- Hace tareas de mediador dando a conocer información que no se facilita en otras superficies de consumo en cuanto al alimento en sí, etiquetaje, marcas de calidad,...
- Ofrecen productos de calidad y con unas características diferenciadas respecto a otros productos semejantes.
- Se tiene un trato directo con el productor dejando de lado el papel de los intermediarios.
- Se fomenta el consumo de productos locales aumentando el ahorro energético, principalmente, del transporte.
- Se sociabilizan las relaciones comerciales y se incrementa la confianza en el producto.

Las mujeres: papel importante en el mundo rural

Las mujeres, en el mundo rural, han tenido que conformarse con las labores del campo además de las tareas de sacar adelante el hogar, sin tener ingresos ni un reconocimiento laboral que sí lo tenía la figura masculina. Por ello, fueron las primeras que abandonaron las zonas rurales hacía los núcleos de población urbanos donde podían tener un reconocimiento económico y social.

El relevo generacional se realizaba hacía los varones, para las mujeres se incentivaba otros modos de vida diferentes a los de las madres. El control social que se tenía en las zonas rurales ha dificultado el cambio de costumbres y de posiciones sociales, mientras que en los núcleos urbanos el anonimato permite tener más oportunidades.

Actualmente sigue habiendo disparidad entre hombres y mujeres en los salarios, titularidad, recepción de ayudas,... teniendo en cuenta que se tiene una carga histórica con una superioridad masculina que tiene en la actualidad un proceso lento hacía la equidad de poderes.

La comarcalización

El sistema de centralización de servicio y la privatización dificulta la gestión del territorio que posibilite una actividad comercial, unos servicios públicos, una industria en función de los recursos endógenos, un tejido social y económicos, una red de infraestructuras,... de manera

benefactora en diferentes poblaciones para un aprovechamiento racional tanto en las zonas de interior como costeras de manera que haya redistribución de la actividad teniendo en cuenta las necesidades y las actividades existentes en el territorio.

El relevo generacional

Hay un 60% de ocupados en el sector agrícola en la Comunidad Valenciana que tienen una edad mayor de 60 años que ocupan el 80% de la superficie agrícola lo cual posiblemente provocará dentro de 5 años una ruptura en la actividad. Se está produciendo una reconversión silenciosa y gratuita tanto en el sector agrícola como a nivel personal.

Las nuevas tecnologías y el conocimiento del campo

La aportación de la tecnología al mundo rural es beneficiosa siempre que no sólo siga criterios de beneficio económico, debiendo seguir otros parámetros de beneficios social, económicos, medioambientales, preservación del entorno, biodiversidad,...

Actualmente existe escasa investigación en la mejora vegetal de variedades autóctonas que marquen la tendencia actual de la agricultura y en otros sistemas de producción alternativos (ecológico, biodinámico,...), lo cual potencia la investigación pública que garantiza un avance en el conocimiento agrario, beneficiando sólo a las grandes empresas que privatizan la investigación con beneficio exclusivo.

La introducción de los transgénicos en la agricultura ha originado la desaparición de biodiversidad de cultivos produciendo la concentración económica y la pérdida de control de los recursos por parte de los productores, esto provoca a nivel nacional la pérdida de la seguridad alimentaria y la dependencia de las grandes multinacionales. La misma consecuencia tiene la usurpación, a través de las patentes, de un patrimonio que a lo largo de generaciones han concebido las personas rurales y que siempre han dejado a libre disposición.

La utilización de tecnologías sin la realización de estudios de impacto ambiental puede originar desequilibrios en un agrosistema como: el cambio en los sistemas de riego a manta a riego por goteo, cambio en los métodos de abonado con la incorporación de abonos nitrogenados...

Turismo rural

El desarrollo rural se enfoca como un paliativo al desmantelamiento de la actividad económica vinculada a la tierra. Estas políticas tienden a enfocar la actividad turística como sustitutiva de actividades agrícolas, ganaderas y tradicionales del territorio.

Organizaciones políticas

Somos conscientes de la necesidad, tanto en el medio rural como en el urbano, de vertebrar la relaciones a través de alianzas que pueda colaborar, proponer políticas y ejercer presión que fomenten el cambio de las ideas, estableciendo este nexo entre ambos para evitar el declive, restableciendo la relación productor-consumidor, superando los actuales sistemas.

Conclusiones

El debate ha estado localizado en el País Valenciano y la Serranía de Cádiz, aunque, es extrapolable a cualquier otra zona del territorio peninsular.

Como alternativa frente a las nuevas tecnológicas no podemos perder los saberes populares implantando una tecnología con carácter agresivo sino que haya un diálogo entre saberes.

Hay que restablecer el equilibrio entre los distintos elementos que componen una economía rural volviendo a la diversidad de actividades y aprovechamiento de recursos. Mantener y recrear la cultura y la identidad del espacio rural en un diálogo con otros espacios, como el urbanos,... Esto supone además el mantenimiento del territorio a nivel de paisaje, de gestión, biodiversidad, calidad ambiental,...

La iniciativa de la incorporación del turismo al medio rural debe ser un complemento a la actividad agrícola y ganadera y no un sustituto. El turismo debe fortalecer enlaces de unión entre conocimiento del medio, relaciones de compra,... entre núcleos urbanos y rurales.

Para poder competir se debe hacer cumplir la normativa actual vigente y exigir que terceros países adopten estas normativas en las relaciones comerciales para estar en igualdad de condiciones. En el ámbito nacional se debería legislar la defensa de los pequeños productores frente a las grandes empresas legislando sobre:

- Políticas de calidad y diferenciación
- Legislación sobre márgenes comerciales
- Políticas de diversificación de apoyo al pequeño comercio, de mercados mayoristas, de mercados locales y de proximidad.
- Seguros de renta agraria