



Más Estado y menos mercado

HEMOS recuperado para el titular de este editorial un eslogan sindical que utilizamos con fuerza e insistencia en UPA hace unos años, cuando comenzó el proceso de desmantelamiento progresivo de la Política Agraria Común: Más Estado y menos mercado.

Con esta frase queríamos alertar entonces de los enormes riesgos que conllevaba desarticular un modelo de gestión pública supranacional del espacio rural y los recursos agroalimentarios –la más común de todas las políticas comunes europeas–, en aras de unas teóricas ventajas de la globalización económica mundial y la supuesta liberalización de los mercados internacionales.

Todo ello era –y es– un camelo. Sólo hay una verdad: que la PAC necesitaba reformas para ser más justa y favorecer la cohesión entre personas y territorios, y que a cambio se está desbaratando la herramienta política que ha llevado a Europa y a los países productores menos desarrollados de todo el mundo –aunque haya quien quiera hacer creer lo contrario– a los mayores niveles de seguridad alimentaria, entendida como disponibilidad de alimentos, conocidos en la Historia.

Más Estado y menos mercado volvemos a decir ahora, cuando las sociedades con mayores recursos económicos parecen asustadas porque el modelo de capitalismo salvaje impulsado por los políticos conservadores norteamericanos y británicos en los años

80 –los clanes de Reagan y Thatcher, para entendernos– empieza a hacer aguas por todas partes.

Otra vez más, un camelo. Porque ahora resulta que la inmensa generación de beneficios provocados por las maravillas del modelo se han volatilizado en un instante. Estamos en crisis. Y ha llegado la hora de socializar las pérdidas. Un escándalo.

Sin olvidar que estamos hablando del “primer” mundo, donde, además, afortunadamente vivimos en democracia y, gracias a ello, mantenemos una mínima capacidad de control, a través de nuestros Gobiernos, sobre la voracidad de los gestores de las grandes corporaciones multinacionales.

La intervención pública ante la crisis financiera mundial de este otoño nos ha recordado que el dinero es estratégico. Cuando hace falta, ahí están los recursos públicos –que son de todos– para sacar del apuro a los bancos, cuyos depósitos en cualquier caso también son de todos.

Sabemos igualmente que la energía tiene la misma consideración oficial de “sector estratégico” y, con esta excusa, se ordena, se regula y se permiten todo tipo de tejemanejes empresariales entre eléctricas, gasistas, petroleras...

En este escenario nuestra pregunta es: ¿Hay algo más estratégico que producir alimentos? Esta es la función social que ejercemos, en muchos casos contra viento y marea, los agricultores y ganaderos, aportando esfuerzo e ilusión con nuestro trabajo. Además, no nos asusta el mercado. Todo lo contrario. Pero nos indignan las injusticias.

Vivimos y trabajamos en el campo, pero hasta la tranquilidad de nuestras explotaciones nos llegan desde hace tiempo voces que dicen que en la “cadena” cada vez importa menos el producto, lo sustancial es el valor añadido que genera. Un argumento que quiere justificar lo injustificable: que sea razonable vender por debajo de costes y provocar abismos incompresibles entre los precios en origen y al consumo.

Ya hace más de un año que saltaron también alarmas en este ámbito, pero ahora volvemos a recordar que si no hay productos, no hay valor añadido que valga, no hay “cadena”; de la misma manera que si no hay dinero, no hay bancos.

Los agricultores y los ganaderos somos estratégicos. Lo hemos sido siempre. Y si no se entiende a tiempo, a no tardar mucho la sociedad en su conjunto se llevará las manos a la cabeza.

Aunque bien pensado, igual tampoco sucede gran cosa. Ya habrá argumentos y recursos para socializar la crisis. Seguro.



AÑO XXV. Nº 210
SEPTIEMBRE-OCTUBRE 2008

EDITA
**UNIÓN DE PEQUEÑOS
AGRICULTORES
Y GANADEROS (UPA)**

**REDACCIÓN Y
ADMINISTRACIÓN**

Agustín de Betancourt, 17-3.^a
28003 MADRID
Tel.: 915 541 870
Fax: 915 542 621
E-mail: latierra@upa.es
Internet: www.upa.es

DIRECCIÓN

Comisión Ejecutiva
Federal de UPA

REDACCIÓN

Esteban López
José Manuel Delgado
Héctor Sainz
Carlos Polaino
Javier Alejandro
Mari Luz de Santos
David Erice
Rubén Castro
Paula Sánchez
Ana Batanero
M^a Carmen Cobano
Nieves Alonso
Raquel Jiménez
Mariola Núñez
Ginés Mena (Andalucía)
C. Ballesteros (C.-La Mancha)
Óscar Fontán (Castilla y León)
Remedios Cordero (Badajoz)
Óscar Alfeirán (Galicia)
Jesús de Juan Bejarano (Bruselas)

SECRETARÍA

Pilar Montanel, Ernestina Rufo,
Manuela Núñez, Pilar García,
Luisa Villegas

FOTOGRAFÍA

Archivo UPA

PUBLICIDAD

Agustín de Betancourt, 17-3.^a
28003 MADRID
Tels.: 915 339 781 / 915 338 355
Fax: 915 350 827
E-mail: publicidad@upa.es

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

QAR Comunicación

IMPRESIÓN

Gráficas Jomagar
D.L.M.: 9227-1984

Para cualquier ampliación
y consulta sobre las
informaciones publicadas en
LA TIERRA, pueden dirigirse
a la redacción de la revista.