



**FRANCISCO AMARILLO**  
Consejero de Agricultura y Comercio.  
Junta de Extremadura.

## CONSUMO RURAL, TRADICION CULTURAL Y MODERNIDAD

rentes culturales. Así que dentro de unas características comunes, hay notables diferencias entre las zonas rurales de Galicia, Extremadura, Castilla y León, Cataluña, Andalucía, etc...; sin olvidar que aún podemos hacer una división más generalista entre dos mundos diferentes dentro de lo rural: uno desarrollado y otro claramente subdesarrollado, con todas las graduaciones intermedias que se quieran interponer.

Aunque parezca una obviedad, las pautas de consumo vienen marcadas, entre otros factores, por el propio consumidor, caracterizado por un determinado nivel cultural y una peculiar idiosincrasia. Un bajo nivel cultural, unos núcleos de población alejados entre sí con poca capacidad de compra, son presas fáciles de distribuidores y de especuladores que colocan productos de tercera calidad a precios de primera. La falta de equipamientos destinados a la distribución, así como la propia pasividad por desinformación o timidez de la misma población, en muchos casos exageradamente pasiva, convierte a estas poblaciones en la más fácil presa de los desaprensivos.

Ciertamente que, más por tradición cultural que por motivos económicos, se dan algunas vertientes de autoconsumo en el mundo rural que, vistas desde una óptica urbana, pueden ser idealizadas exageradamente. La matanza familiar, el huerto propio del

**U**na cierta connotación negativa encierra ya la cuestión de que tengamos que distinguir entre consumo urbano y consumo rural, y sin embargo éste tiene unas características que le diferencian claramente de las pautas que caracterizan el consumo de los centros urbanos.

En primer lugar, hay que valorar que, aún pudiendo hablar de mundo rural con una relativa homogeneidad, existen muchos condicionantes y profundas variantes entre unos y otros puntos de la geografía rural española, determinados por factores tan importantes como la densidad de población y su distribución en el territorio, el clima o los refe-

que se obtienen patatas y hortalizas, etc..., ciertamente son producciones de alta calidad, pero cuyo hipotético precio de mercado resultaría desproporcionado en términos puramente económicos, tan solo compensado por la valoración del contenido lúdico, cuestión tan difícil como poner precio a una obra de arte.

Pero pasando del mundo de lo bucólico, del que debemos pasar, se impone para el mundo rural la progresiva instalación de equipamientos comerciales, que nos hagan entrar como un elemento importantísimo más en el mundo de la modernidad. La explotación agraria competitiva que se demanda desde la CE tiene que ser compatible con un sistema de bienestar que, entre otras cuestiones, implica, además de resolver los problemas de educación y sanidad, disponer de equipamientos comerciales de igual calidad en la oferta de los productos a la que existe en el mundo urbano.

Pero yo iría más allá. Estos equipamientos no tienen por qué ser una copia mimética de las grandes áreas comerciales, sino que, por el contrario, se debe y se puede establecer instalaciones "ad hoc" que sintetizen la rica tradición cultural de los medios rurales con el establecimiento moderno, para ofrecer cantidad y calidad en las mismas condiciones, o aún en mejores, que las grandes superficies comerciales de las zonas urbanas.

El mundo rural poco desarrollado ha estado sometido, y puede volver a estarlo, a un proceso de orientalización de su comercio, entendiendo por tal el minifundismo exacerbado, fruto de una proliferación de pequeños comerciantes, muchos de los cuales eran emigrantes retornados que colocaban sus escuálidos ahorros en una pequeña tienda como medio para vivir.

Las elevadas tasas de paro contribuyen también a la generación de un mercadillo de tiendas ambulantes, más propio de los zocos norteafricanos que de un país europeo y occidental; con una tendencia de orientalización de los sistemas de comercialización que rebasa, sin embargo, al ámbito rural y se expande por toda la geografía del subdesarrollo, y empiezan a ser terriblemente parecidos, a este respecto, núcleos urbanos tan distantes y distintos como Lima, ciudad de Méjico, El Cairo o Calcuta.

Mercadillos hemos tenido en España, y todavía, desgraciadamente, aún conservamos algunos, pero tenemos la esperanza de que mañana no quede ninguno. □