

CONSUMO RURAL Y CONSUMO DE "LO RURAL" LA NOSTALGIA DEL OLOR A MANZANAS FRESCAS

■ EMILIO BARCO ROYO.

Experto en agricultura y desarrollo rural.

No había hecho más que empezar la era de la abundancia, que siguió a la II Guerra Mundial, cuando un analista de ventas norteamericano, llamado Victor Lebow, proclamó: "Nuestra economía, enormemente productiva, exige que hagamos del consumo nuestro modo de vida, que convirtamos la compra y el uso de mercancías en rituales y que busquemos nuestra satisfacción espiritual, la satisfacción de nuestro ego, en el consumo... Necesitamos que las cosas se consuman, se quemem, se gasten, se sustituyan y se desechen a un ritmo cada vez mayor".

Los norteamericanos primero, y

gran parte del mundo después, respondieron a este llamamiento. Sin distinciones espaciales urbano-rural, los países comenzaron a medir su grado de desarrollo por su nivel de consumo.

Para las zonas rurales de nuestros países ricos, la instalación en un modelo de consumo ha sido el gran logro de este siglo y a ello contribuyó de forma importante lo que se ha llamado modernización del sector agrario o, lo que es lo mismo, el abandono de la agricultura tradicional.

LA REVOLUCION VERDE

Generalmente, las referencias a este período (años cincuenta y sesenta de este siglo) se ocupan más de los

profundos cambios observados en las técnicas de producción (la llamada revolución verde), que de las variaciones culturales que dichos cambios indujeron.

Desde la perspectiva del consumo con la que queremos observar aquel proceso, dos cuestiones merecen ser destacadas: El desvío de la producción hacia el mercado, con el abandono del autoconsumo y la integración de los agricultores, en condiciones de dependencia, en el mercado para la adquisición de los medios de producción (semillas, fertilizantes, energía, maquinaria, dinero, etc...).

Bien podemos pensar que el abandono de la agricultura tradicional es para las áreas rurales un punto de infle-



ción, en la instalación de sus habitantes en la sociedad de consumo.

Dicho en otros términos: Desde que la agricultura comenzó a ser "ordenada" tomando como base principios económicos, que las más de las veces ignoran otros principios (biológicos, climáticos, sociales o edafológicos), alcanzar el máximo consumo fue un objetivo principal para la organización productiva agraria, haciendo que los agricultores fueran, además de productores, consumidores.

CAMBIOS SOCIALES

Pero no sólo causas puramente productivas contribuyeron a establecer hábitos de consumo en los pueblos. La sociedad cambia y con ella las áreas rurales. Los caseríos, las masías, los cortijos, las aldeas y los pueblos no han estado aislados, no ha existido ninguna cúpula transparente que las haya conservado en el tiempo sin alterar su espacio, sin modificar sus costumbres, sin cambiar sus tradiciones.

Una sociedad que basa buena parte de su desarrollo en el consumo no podía ignorar a la población rural en una época en la que ésta era mucho más numerosa que hoy.

La llegada de la televisión a los pueblos y con ella de la publicidad y de la posibilidad de ver otras formas de vestir, de comer, de vivir; la generalización del uso del coche y el aumento de los desplazamientos a la ciudad; la vuelta al pueblo, con sus nuevas costumbres, de los que marcharon a trabajar a las ciudades y una presión social constante para animar el consumo, fueron los factores complementarios que transformaron los pueblos, hasta el punto de poder hoy afirmar que el menor o mayor grado de instalación en el consumo no es algo que dependa de que el espacio territorial sea urbano o sea rural, y que más bien es cuestión de tener o no tener, o lo que es lo mismo, desde la ingenuidad económica más absoluta, de ser ricos o pobres.



Cierto es que las encuestas reflejan menores niveles de gasto en los hogares rurales que en los urbanos, y aún menor en los agrarios que en los no agrarios, sean estos rurales o urbanos. pero no lo es menos que la relación gastos/ingresos es mayor en las zonas rurales, deduciéndose que los hogares rurales gastan menos solo porque ingresan menos, sin llegar a concluir por ello en la existencia de menores niveles de consumo, aún cuando el bienestar social, medido en su aspecto de posibilidad de compra, sea menor en los pueblos que en las ciudades, por ser muy inferior en términos relativos al número de comercios existentes. Y esto es especialmente palpable en el consumo de bienes de esparcimiento y culturales, en los que el gasto por persona es el doble en las ciudades que en los pueblos.

No hay grandes diferencias en el gasto en alimentación, entre otras razones porque gran parte de la sociedad rural ya no es agraria y la agraria destina muy poca producción al autoconsumo, aun cuando todavía se conserven determinados hábitos alimenticios,

que nos muestran como en las áreas rurales se gasta más que en las ciudades en carnes, leche, pan, aceite y vino, y que por el contrario, gastan más las ciudades en pescado, frutas frescas, bollería, pastas, conservas, platos preparados y cerveza.

Las diferencias, con menor gasto en las áreas rurales, que se observan en los gastos en vestido, vivienda, muebles y enseres no reflejan sino la capacidad que siempre han tenido los menos pudientes para prescindir de lo más superfluo, manteniendo a la fuerza esa austeridad que caracterizó siempre a las sociedades rurales-agrarias.

En lo más profundo de nuestro pasado infantil de niños de pueblo, todavía queda la conciencia del "no consumo" como recuerdo idealizado del "no puedo porque no tengo".

Los que tenemos el alma dividida entre lo rural, que aún hoy mamamos con la boca del sentimiento, y lo urbano, que necesitamos para alimentar el cuerpo, todavía recordamos, con cierta nostalgia, aquellos tiempos pasados en los que la imaginación, la amistad y el entorno llenaron los huecos de nuestras

vidas infantiles disfrazando con filosofía algo tan sencillo como fué el no tener acceso a tantas cosas como no tuvimos cuando fuimos niños.

Pero es gratificante descubrir que aquello no fue por ser niños rurales sino que fué, tan sólo, por no tener.

Lo del consumo a los pueblos llegó con cierto retraso (¡cómo tantas otras cosas!) pero llegó y por eso no es casual que una de las principales preocupaciones de los mandatarios rurales sea la organización de la recogida de basuras y la ubicación de los basureros. Algo impensable hace algunos años.

LA CULTURA DEL CONSUMO

Sólo los más mayores mantienen su cultura de "no consumo" o de autoconsumo. Sólo los más mayores guardan en sus bolsillos trozos de papel o de cuerda porque saben hacer útiles las cosas más inútiles. Los jóvenes y los no tan jóvenes dejamos la teta de la cultura para engancharnos al biberón y al potito de esa cultura del consumo que nos hizo creernos más listos que nadie porque descubrimos las maravillas del plástico al tiempo que arrinconamos el mimbre, la caña y el esparto.

Y no fue malo nuestro enganche a la nueva cultura, lo malo fue que rompimos con casi todo. Aislamos a los mayores y los consideramos viejos porque siguieron aferrados a sus costumbres, porque no fueron capaces de entender muchas de las cosas nuevas que a nuestros pueblos llegaron.

Mi abuela se murió pensando que ese señor tan simpático que salía a las tres de la tarde en la televisión venía a hablarle un ratito a ella, y por eso, cuando andaba un poco pachucha, al tiempo que metía las piernas al abrigo del brasero, en la mesa camilla, le decía: "Hoy no me des mucha conversación que no estoy muy católica".

Aún sin entender muchas cosas de la nueva cultura, la aceptaron con resignación, asistieron pasivos a la

transformación de sus casas y de sus pueblos y se callaron cuando aquello fue llamado progreso.

Hoy, los niños de los pueblos, como los de las ciudades, se "envenenan" de tarde en tarde con gomas multiformes que simulan ser dedos, huevos fritos, fresas o dragones, crían caries con chocolates de colores y polvos mágicos que estallan contra el paladar, y alimentan su colesterol con mil golosinas que, para nuestra tranquilidad, les ofrecemos o que ellos mismos han cambiado por dinero.

Los niños en los pueblos juegan más en la calle que los niños en la ciudad (porque son de pueblo), pero ven los mismos dibujos en las teles y se quemán las cejas en las mismas máquinas de matar marcianos, rescatar princesas o buscar la salida del callejón en el que les metió la maquina de botones y voces anormales que en el último viaje a la ciudad le compraron sus padres, que hace ya tiempo dejaron de ser reyes.

Observando la vida cotidiana de los niños uno se da cuenta de que en estas cosas del consumo, ya no quedan muchas diferencias entre las ciudades y los pueblos. Situarse al mismo nivel es tan sólo cuestión de tiempo, aún siendo cierto que algunas carencias comerciales de los pueblos contribuyen a menguar la incitación visual a las que estamos sometidos los paseantes en cualquier ciudad.

Únicamente los mayores mantienen su libertad, porque siguen haciendo lo que siempre hicieron, ir tirando con casi nada, sin convertir los lujos en necesidades y las necesidades en deseos. Porque no han olvidado que los principales determinantes de la felicidad no guardan ninguna relación con el consumo y sí con la satisfacción en la vida familiar, en el trabajo y en el ocio.

Poco queda de la cultura rural agraria como expresión de una forma de vida apenas atada al consumo, aún cuando todavía prevalezcan algunas resistencias al abandono definitivo,

más fácilmente observables en las necesidades espirituales que en las materiales.

EL MUNDO RURAL COMO OBJETO DE CONSUMO

La sociedad rural, de desarrollo más lento, no ha avanzado tanto como la sociedad urbana, que no sólo cubre sus necesidades materiales sino que trata también de cubrir de igual forma sus necesidades inmateriales. Prevalecen por el momento, en lo rural, determinados ritos y costumbres, que cubren esas necesidades y que la cultura urbana, ávida por hacer de todo un objeto de consumo, no duda, cuando los descubre, en ponerlos en el mercado en forma de folklore.

Así asistimos en este final de milenio al descubrimiento de lo rural por lo urbano, y si lo rural no era objeto de interés para el mercado-publicidad, entre otras razones porque lo rural es poco (en personas) y con poco poder adquisitivo, ha resultado que sí es, lo rural, bocado apetitoso que ofrecer como objeto de consumo para el mundo urbano.

Y así se oficia este "mercadeo" paradójico de ofertar como consumo una imagen deformada y falsa de lo rural como antítesis del consumo, a determinado tipo de consumidores urbanos que bien pueden ser considerados por sus características consumidores con empacho.

Cuando las ciudades descubren los pueblos, los arrasan. Los ciudadanos se desplazan al territorio descubierto en manadas. Las eras se transforman en aparcamientos, los corrales en restaurantes y las bodegas en bares. Las calles se llenan de tiendas y las plazas se llenan de gente.

La cultura urbana no sabe ver el paisaje ni escuchar el silencio, no soporta los espacios vacíos y la noche le da miedo, no adivina en el aire de la mañana, ni en el amanecer, ni en la tarde.

Necesita llenar los pueblos que descubre de jaleo. Restaurantes, bares,





tiendas ..., abrevaderos. Si no compran algo en el pueblo (aunque sea una porquería, que diría mi madre), si no se llevan algo, aunque sea en video, es como si algo les faltara, es como si allí donde estuvieron fuera sólo un pueblo.

Estas cosas están de moda, turismo rural lo llaman. La crisis agraria que estamos viviendo provoca estas situaciones. Los pueblos que hasta hace bien poco no eran otra cosa que el subproducto de una actividad productiva, la agraria, de pronto dejan de serlo, y nace la pregunta ¿de qué otra actividad serán el subproducto?

Surge así el interés por lo rural como lugar de ocio para los urbanos, como reserva natural o como espacio ecológico, y corresponde a los rurales conservar sus pueblos para tales fines, lo que mirado, quizás desde torcida perspectiva, no es otra cosa que hacer del espacio rural bocado apetitoso para el voraz consumo urbano, buscando acaso cubrir con algo material algunas de sus necesidades no materiales.

Será tremendo el desencanto, pues, como ya dije, muy poco queda de esa

cultura rural que ahora se quiere comercializar. A lo más algunas cuestiones materiales: Gastronomía, piedras, árboles, animales, fiestas ...

De lo otro queda poco, y además en los rincones más remotos y en las gentes más mayores, en los sitios más difíciles y en los caracteres más abruptos, en las fuentes más cercanas y en las cabezas más canas.

Para conocer la otra cara del consumo hay que estar en los pueblos más altos y vivir con las gentes más viejas, hay que conjugar cada día el verbo ser, algo difícil para nosotros que abandonamos el campo para tener una tienda, un bar, una carrera o un puesto fijo, porque la tierra no nos permitía alcanzar ciertos niveles de consumo.

Los que tenemos la suerte de vivir y trabajar con las gentes de los pueblos, podemos dar fe de las profundas transformaciones que se están produciendo y en un afán más etnográfico que de otro tipo procuramos recoger lo poco que queda de aquella sociedad rural anterior al inicio de esta era de la abundancia, aunque sólo sea para ser

expuesta en museos y muestras itinerantes, culturalmente subvencionadas, como un objeto más de consumo, para esta sociedad que, una vez más, llega tarde a descubrir un mundo rural que, como tantas otras cosas, ya pasó y del que apenas nada queda.

En la casa de mi abuela, al lado de la cocina y en la pared del norte, había un gran cuarto-despensa que ella llamaba la fresquera, en el que siempre olía a manzanas frescas.

Un día mi abuela cambió el fogón y la cocina económica por una mixta, eléctrica y de butano, puso unos coloridos armarios de formica y en la despensa montó una salita para ver la tele.

Ahora, recorro las tiendas y los tenderetes de los mercados destapando frascos de esencias por ver de encontrar aquel olor de mi infancia ..., y nada.

Acaso sea que mi nostalgia es, sencillamente, el recuerdo de aquel viejo olor a manzanas en la despensa.

□