

# CLAVES PARA LA COMUNICACIÓN DE LA POLÍTICA AGRARIA EN CASTILLA-LA MANCHA

Francisco Martínez Arroyo

## Resumen

*La clave de la comunicación en materia de agricultura consiste en hacer llegar a los consumidores las funciones y externalidades que generan los agricultores y ganaderos y que contribuyen a una mejor calidad de vida para el conjunto de la sociedad.*

*Palabras clave:* Agricultura; comunicación; periodismo; consumidores.

## Abstract

*The main goal of the communication in terms of agriculture is to persuade consumers about the important functions and externalities, farmers and livestock producers provide, in order to contribute to a better quality of life for the society.*

*Keywords:* Agriculture; communication; journalism; consumers.

El reto de la comunicación agraria consiste en transmitir la necesidad a los ciudadanos de la importancia que tiene su acceso a los alimentos con total seguridad alimentaria, el mantenimiento del territorio rural y del medio ambiente. En definitiva, el papel central que desempeñan nuestros agricultores y ganaderos en la sociedad en la que vivimos, en particular, en Castilla-La Mancha, donde prácticamente toda la población, directa o indirectamente, está relacionada con el sector agrario. Para un ingeniero agrónomo, como es mi caso, dedicado a la tarea de Consejero de Agricultura, es imprescindible tener cerca a un profesional de la información, un periodista, que traduzca nuestro mensaje lo haga atractivo y sea capaz de crear flujos de comunicación positiva sobre este sector económico tan relevante.

**Es fundamental el contenido; hacer accesible esta información. Y esto no pasa por "telenovelizar" la información de la política agraria.**

Se equivoca quien cree que puede hacerlo solo. Es muy importante comunicar esta política y poner de manifiesto la importancia que tiene para la sociedad, y no sólo para los agricultores. Para ello, es necesario comunicarse en términos digitales con 140 caracteres en un *tweet*, así como escribir artículos en la web personal o comunicar a través de ruedas de prensa institucionales. Siempre tratando de buscar el *feedback* o la retroalimentación. Para ello, son muy útiles los grandes eventos donde puedes escuchar de su propia voz las demandas de los agricultores y ganaderos que, en Castilla-La Mancha, pasan por su acceso al agua, el futuro de la PAC o las políticas de desarrollo rural.

El continente es importante, pero para que nuestro mensaje cale en la sociedad es fundamental el contenido; hacer accesible esta información agraria. Y esto no pasa por *telenovelizar* la información de la política agraria. Una tendencia en los últimos años que hace un flaco favor a un sector moderno, que ha sido capaz de resistir a la crisis y que se ha convertido en una salida laboral y profesional para miles de jóvenes que deciden volver a un trabajo que dista mucho del que realizaron sus abuelos. Por eso, considero que hay que rechazar que en los mensajes en los grandes medios de comunicación de masas: prensa, radio o televisión se dé una imagen negativa, permanentemente instalada en el lamento y con un enfoque distorsionado y lejos de la realidad.

Lamentablemente, es frecuente encontrarnos con noticias "sensacionalistas", que ponen el acento en des-

taar falsos estereotipos de la agricultura, como una actividad anticuada o que introduce a los agricultores, como privilegiados en el contexto general de la sociedad.

**La PAC es una política de los consumidores, que también beneficia a los agricultores y ganaderos.**

En este sentido, y por mencionar una de las cuestiones siempre en debate, hablamos de la PAC como una política de ayudas a los agricultores y ganaderos; nunca hablamos de la PAC como compensación a la renta de los productores, por algo que el consumidor no paga al hacer la cesta de la compra en el supermercado. También, en relación a la PAC es necesario hablar –e informar– de que se trata de una política del conjunto de la sociedad que beneficia, principalmente, a los consumidores. Es, en realidad, una política de los consumidores para los consumidores, que también beneficia a los agricultores y ganaderos.

En esa justificación social de la política agraria tenemos que centrar todos nuestros esfuerzos de comunicación y saber transmitir a la ciudadanía la necesidad de su existencia. Por ejemplo, cuando se dice que los agricultores y ganaderos reciben, en toda España, 6.000 millones de euros al año a través del primer pilar de la PAC, las ayudas directas, no estamos transmitiendo hechos que resulten positivos a los ciudadanos en su conjunto. Los mensajes deberían ir encaminados a decir que gracias a la PAC tenemos el mejor sistema alimentario del mundo, con la mayor seguridad alimentaria, con las mejores condiciones ambientales, con el territorio mejor cuidado y con los mejores valores intangibles.

En la medida en que seamos capaces de orientar los mensajes en esa dirección, estaremos ganándonos a la opinión pública europea y española, para la causa de una política que no es sino una contribución justa de nuestra sociedad para nuestros agricultores y ganaderos.



**Francisco Martínez Arroyo**  
Consejero de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha.  
✉ [gabinete.agricultura@jccm.es](mailto:gabinete.agricultura@jccm.es)