



Hoy, en la presentación de la campaña “Mira al origen”, de la Red Rural Nacional (RNN)

**Luis Planas defiende el mundo rural como un
“medio vivo, dinámico y lleno de
oportunidades”**

- El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, a través de la Red Rural Nacional, lanza su primera campaña promocional en medios generalistas para concienciar a la población sobre la importancia que tiene el medio rural desde los puntos de vista económico, social, cultural y ambiental
- El ministro repasa los importantes recursos que se van a destinar al desarrollo de todo el potencial que ofrece el medio rural, especialmente en torno al sector agroalimentario

17 de febrero de 2021. El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, ha presidido, esta mañana, la presentación de la campaña promocional ‘Mira al origen’ que ha lanzado la Red Rural Nacional para informar y concienciar a la población española sobre la importancia que tiene el medio rural desde los puntos de vista económico, social, cultural y ambiental.

El ministro Planas ha afirmado que esta campaña nos proporciona la ocasión de “combatir los tópicos sobre mundo rural y dejarnos ver la capacidad que tiene para ser un medio vivo, dinámico y lleno de oportunidades”. En este sentido, la campaña ‘Mira al origen’ está diseñada para reconectar a la población urbana con el mundo rural, y para desvelar los falsos estereotipos y sustituirlos por información sobre sus posibilidades de futuro. En palabras del ministro, “es un intento de acercamiento para que no existan lindes entre el mundo rural y el urbano y poder, así, trabajar todos juntos para una España renovada, recuperada y de futuro”.

Es una invitación a dirigir la mirada al origen con la intención de poner el acento en lo positivo y en todo lo que el trabajo agrario y el medio rural aportan a la sociedad en general. La concienciación protagoniza el primer plano del mensaje, mientras que, en un segundo nivel de lectura, se introducen mensajes más específicos sobre



la importancia de los Programas de Desarrollo Rural (PDR) y otros instrumentos de la Política Agraria Común (PAC), orientados a sus posibles beneficiarios.

La crisis provocada por la pandemia ha puesto de manifiesto que estamos ante un sector que sabe defenderse ante las adversidades y que es capaz de mantener su músculo productivo no sólo para abastecernos de alimentos, sino también para batir récords de exportaciones en circunstancias muy difíciles.

Por eso, ahora va a ser protagonista de la recuperación económica, pero también de esta campaña promocional en la que se quiere destacar el valor de la actividad agraria y la vida en el medio rural, además de contribuir a la reputación de la población dedicada al sector agroalimentario.

Esta campaña genérica tiene una duración prevista de seis semanas a la que sucederán oleadas de recuerdo en primavera y otoño de 2021. Además, se han elaborado materiales adaptados para llegar a los potenciales beneficiarios de los programas de desarrollo rural.

Adicionalmente, se está trabajando, ya, en la creación de materiales para las próximas campañas del Plan de Comunicación que se centrarán en aspectos más concretos sobre las realidades del medio rural. Se trata de cinco campañas más que se lanzarán en los medios de comunicación a lo largo de los años 2021 y 2022.

Se trata de la primera vez que la RRN, del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, despliega una campaña en medios de comunicación generalistas y dirigidos al gran público. Esta red aglutina a más de 140 entidades entre administraciones, agentes sociales y económicos, y representantes de la sociedad civil. Tiene su origen en el Fondo Europeo Agrario de Desarrollo Rural (FEADER), que establece la obligación de contar con una red rural en cada estado miembro.

La función de las redes rurales europeas implica la disposición de planes de comunicación y de herramientas de conexión entre todos los agentes involucrados. Asimismo, la RRN tiene la responsabilidad de informar y sensibilizar a la población en general para transmitir una imagen distinta y más acorde con la realidad actual del mundo rural, ya que las nuevas tecnologías y la digitalización, así como las



infraestructuras de comunicación, hacen más atractivo el trabajo en el campo, además de ofrecer la posibilidad de desarrollar nuevas actividades y negocios.

En ese contexto surge la campaña 'Mira al origen', una promoción multiplataforma (televisión, radio, prensa, internet y publicidad exterior) con la que se persigue el doble objetivo de sensibilizar sobre la importancia del mundo rural y de los programas de desarrollo, e informar acerca de las oportunidades que ofrecen estos programas en materia de innovación, lucha contra el cambio climático o incorporación de jóvenes a la actividad agraria.

El acto de presentación ha tenido lugar en el lucernario del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y ha contado con el periodista Roberto Brasero como maestro de ceremonias.

Los mensajes que se incluyen en la campaña son fruto del trabajo y el consenso alcanzado con el sector agroalimentario a través de la Alianza para una Agricultura Sostenible.

RECURSOS Y OPORTUNIDADES

El desarrollo de todas las potencialidades que ofrece el ámbito rural, especialmente en torno al sector agroalimentario –auténtica columna vertebral del territorio-, va a contar con los importantes incentivos de los Programas de Desarrollo Rural, que han dispuesto de más de 12.800 millones de euros de gasto público para el periodo 2014-2020 y que, ahora, en el periodo transitorio de 2021 y 2022 van a contar con financiación del fondo europeo FEADER y del Next Generation EU para impulsar la recuperación.

A todo ello, hay que añadir los 1.051 millones de euros adicionales que va a destinar el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia al sector primario para el impulso de una agricultura generadora de valor añadido y de empleo. A través de este Plan, se va a facilitar, entre otras cosas, la modernización de las explotaciones, de los sistemas de regadío, la bioseguridad de las granjas, la digitalización y la agricultura de precisión.