

Autosuficiencia alimentaria en Japón

Si vives en un lugar donde los alimentos son abundantes y donde hay mucha agricultura, puede que ni siquiera te lo hayas planteado. Sin embargo, las circunstancias que rodean a las cuestiones de producción alimentaria y a la agricultura están cambiando de forma drástica, en especial debido a un gran número de catástrofes que están impactando directamente sobre estas actividades, tales como las sequías o las inundaciones provocadas por los fenómenos climáticos. Además, dependiendo del tipo de alimentos, algunos grandes exportadores de alimentos, tales como la India o China, han modificado sus patrones de consumo y se han convertido en importadores.

Otro de los factores que hay que tener en cuenta es el recorrido de los alimentos, las denominadas “food miles”, y el excesivo de consumo energético derivado del transporte de alimentos a lo largo de grandes distancias, con su consecuente aumento de emisiones de gas de efecto invernadero.

En estas circunstancias, es importante prestar atención al índice de autosuficiencia alimentaria, que indica en qué medida un país puede alimentar a sus ciudadanos sin depender de la importación de alimentos. Este es un tema estrechamente vinculado a la seguridad nacional, y en Japón está ganando importancia.

La autosuficiencia alimentaria es un indicador que muestra la cantidad de alimentos diarios per cápita que se producen en un país en comparación con la cantidad de alimentos diarios que se consumen. En Japón, este índice se basa en el número de calorías, y se calcula dividiendo la calorías per cápita diarias domésticas entre las calorías per cápita diarias en total. La tasa de autosuficiencia en Japón era del 78% en 1961, pero desde entonces ha vivido un drástico declive. En tan solo una década disminuyó hasta el 58%; en 1989 había caído por debajo del 50%. Desde 1998, la cifra se había estabilizado en aproximadamente 40%, hasta que en 2006 descendió al 39%, lo que ocupó los titulares de las noticias.

En Suiza, que cuenta con una autosuficiencia alimentaria bastante inferior a otros países, tienen un 56-60%. Korea tiene menos de 50%.

Entre los diversos factores que colaboraron con el descenso al 40% se encuentra la tendencia general de abandonar la producción agrícola local y depender de forma más drástica en la importación, pero también los cambios en los patrones de consumo de la población. A medida que el país se enriquecía, la alimentación se occidentalizó: el consumo de carne, por ejemplo, se ha triplicado o cuadruplicado desde 1960, mientras que el consumo de arroz ha disminuido a la mitad.

La autosuficiencia alimentaria se encuentra en un punto crítico. El gobierno está trabajando para aumentar la tasa a un 45% para el año 2015, para lo que está llevando a cabo una iniciativa que ha denominado “Food Action Nippon”, que promueve los productos locales y llama la atención de la gente para que tomen acciones concretas.

Como parte de su iniciativa, el gobierno está promoviendo el consumo de arroz y de sus derivados, tales como la harina de arroz como sustituta de la harina de trigo. Este producto, que está atrayendo la atención de Europa y EEUU como alternativa para los alérgicos al gluten, es un ingrediente utilizado tradicionalmente en Japón en la elaboración de dulces y otros alimentos. Para fomentarlo, el gobierno nacional ha establecido relaciones con empresas y organiza eventos promocionales de los productos locales y pretende aumentar en 2010 a 5.000 el número de empresas colaboradoras.

Otra interesante iniciativa del gobierno es lo que ha denominado “Marché Japon”, un proyecto lanzado en 2009 en 17 localidades en todo el país donde se recrea la atmósfera de los mercados de agricultores de las calles de Europa y EEUU. En estos mercados los granjeros venden sus propias hortalizas, productos lácteos y

alimentos elaborados, sin intermediarios, directamente al cliente.

Estos mercados, que están gozando de una gran acogida, no solamente atraen a la gente que quiere adquirir productos frescos directamente del agricultor, sino que enseñan lo que son los alimentos de temporada y muestran ideas sobre cómo servirlos, cómo cocinarlos, cómo encontrar alimentos raros, etc. Para los productores también resulta atractivo, porque pueden hablar cara a cara con sus clientes y descubrir lo que estos realmente quieren.

Otra iniciativa del gobierno en 2010 es la introducción de un nuevo programa de subsidios para los productores de alimentos. El modelo pretende, por un lado, aumentar la producción de cultivos para los que la tasa de autosuficiencia es baja, tales como el trigo, la soja, el forraje para ganado, etc. y por otro estabilizar la producción de arroz y controlar los excedentes.

Los ciudadanos no han tardado en apoyar el proyecto del gobierno y están proponiendo sus propias iniciativas: al hacer la compra, cada vez más consumidores prestan atención a las etiquetas y empiezan a adquirir hortalizas locales, incluso si su precio es superior al de las importadas. Esto se debe en parte a la detección de pesticidas ilegales en ciertos productos importados. Sin embargo, los restaurantes no cuentan con identificación para que los comensales sepan de dónde proceden los alimentos que consumen.

El movimiento idori Chochin (las lámparas de papel verdes), una iniciativa que comenzó en Hokkaido, en el norte de Japón, para animar a los restaurantes a que utilizaran ingredientes locales, ya se ha expandido por todo el país. En las puertas de establecimientos de todo el país pueden encontrarse estas lamparitas hechas del papel japonés “washi” sobre un fino marco de bambú en espiral, lo que indica que se trabaja con, al menos, un 50% de ingredientes locales. Cada estrella de la lámpara indica un 10% más sobre es 50% obligatorio para poder lucir la lamparita.

Por otro lado, se está creando una red entre los sucesores de los agricultores tradicionales, la nueva generación de jóvenes agricultores, y una nueva forma de consumidores, muy conscientes de sus elecciones de compra. Están surgiendo organizaciones sin ánimo de lucro de apoyo a la agricultura del siglo XXI. Otras están iniciando programas para cultivar terrenos abandonados, invitando a los ciudadanos y organizando programas de fin de semana para atraer a las empresas a las áreas rurales, para que sus trabajadores cultiven durante unas horas como parte de las acciones de responsabilidad social de la empresa. Los municipios y las empresas también están aumentando su apoyo para que los ciudadanos se involucren de forma más directa en la agricultura, cediendo jardines comunitarios.

Otra de las cosas importantes que pueden hacer los ciudadanos es replantearse sus hábitos alimenticios, la actual situación de la agricultura japonesa, las tendencias agrícolas globales y alimentarias... Hay que preguntarse de dónde provienen los alimentos que tomamos. Hay que buscar información, tomar elecciones basándonos en ella, y pasar a la acción.

Food Action Nippon (en japonés)

Fuente Hiroyo Hasegawa

Compartir

(fin del artículo)