

MODELO ECONÓMICO

VISIÓN – QUÉ QUEREMOS - fundamentos

1. Producir y consumir **alimentos de calidad**, que alimenten de verdad con todos sus nutrientes naturales, y sean **accesibles a todo el mundo**.

1.1 Establecer el **derecho al alimento sano**, de calidad, con toda su riqueza orgánica, o sea, natural, sin añadidos químicos, ni tóxicos, ni manipulación genética, etc. para poder decidir qué comemos desde la libertad real, sin estar limitados a comprar en los grandes supermercados por el bajo precio del alimento.

1.2 Producir la comida que comemos y si no la producimos, conocer y tener cerca a quien la produce y nos abastece. **Cultivar y suministrar de manera sostenible**, recuperando la riqueza en nutrientes de la tierra y por tanto de los alimentos, y sin depender de alimentos kilométricos provenientes de esclavitud y toxicidad, y alta huella ecológica. son causa de contaminación.

2. **Educar para desarrollar la consciencia**, devenir conscientes de las repercusiones de cada decisión que tomamos ya sea al producir como al comprar y consumir.

_ en las escuelas de agricultura, universidades y en el campo, a los agricultores, para dar a conocer las diferentes formas de producir alimentos de calidad, de manera sostenible y mediante las cuales el-la agricultor-a puede ganarse dignamente la vida.

_ al consumidor para que se responsabilice del valor de su compra, y sea más exigente pidiendo información veraz, transparencia del proceso productivo y trazabilidad del alimento; aprenda a organizarse para gestionar sus compras y a aprovechar el alimento sobrante o no vendido de las tiendas, priorizar el alimento local y de temporada, acostumbrándonos a consumir lo que se esté cultivando en el terreno en cada momento.

_ desde la infancia, la adolescencia, y la juventud, involucrando a profesores y padres.

_ Enseñar a diferenciar los alimentos que comemos, cómo se producen, cómo favorecen o perjudican a los suelos, al medioambiente y a nosotros mismos, aprender a valorar los alimentos y a quienes los cultivan y a no desaprovechar nada de los alimentos.

3. Reconocer **el oficio de agricultor-a**, especialmente del pequeño agricultor, como un trabajo tan importante como el de maestro o médico. Valorar y comprender el bien que hace a la sociedad, al entorno natural y a la bioesfera en general. Que esté bien remunerado y con calidad de vida, para que mucha más gente opte a dicho trabajo.

3.1 Ayudar y dinamizar más **ejemplos de proyectos agroecológicos** que funcionan para incentivar a nuevos proyectos.

3.2 Ayudar a estructurar la **visión empresarial** de negocio del pequeño agricultor para que sepa gestionar y hacer viable su proyecto.

4. Erradicar todo el engaño de la **falsa publicidad y marketing**. Normalizar la transparencia de información desde el proceso productivo, trazabilidad y venta final.

5. Eliminar las **subvenciones** a la producción de alimentos que no sean de calidad y apenas dan trabajo a los agricultores locales, y otorgar ayudas directas a los agricultores

por la calidad de producción y el valor social de generar trabajo digno.

TRANSICIÓN – CÓMO LO MATERIALIZAMOS

A corto plazo - lo urgente:

1. Establecemos los **criterios de Calidad y Soberanía Alimentaria** en función de la:
 - _ Calidad ambiental: pureza del agua, tierra, atmósfera y paisaje.
 - _ No manipulación ni especulación con semillas, tierras, ni cultivos.
 - _ Respeto a los ciclos de recuperación de la tierra, al ritmo natural de fertilidad.
 - _ Proximidad y pequeño agricultor agroecológico trabajando de forma sostenible con la tierra, respetando los ciclos naturales de cada cultivo y cada alimento, para cosechar.
 - _ ...

2. Con dichos criterios, reorientamos las **políticas de subvenciones** agroalimentarias (PAC-s, etc.).
 - 2.1 Eliminamos las subvenciones de dinero público a las producciones industriales con dependencia química, agrotóxicos que nos crean problemas de salud y ambientales, y a todas las empresas agroalimentarias que no cumplan con los criterios de Calidad y Soberanía alimentaria; y redirigimos las ayudas al pequeño y medio agricultor, cuyo retorno a la sociedad y al medioambiente es mucho mayor que el de las grandes empresas.
 - 2.2 Otorgamos las ayudas por calidad de producción y por generar trabajo. Comprendemos que el valor social de 1ha. de pequeño agricultor es mucho mayor que el de 1ha. de una gran empresa, porque la agricultura industrial con grandes maquinarias emplea a menos gente que la pequeña empresa y el pequeño agricultor cuyo trabajo es más manual y precisa de más personas.
 - 2.3 Apoyamos la agricultura extensiva, adaptada al ritmo de la tierra y a la producción que se da en cada tierra.
 - 2.4 Premiamos/Subvencionamos al trabajo de restauración de la fertilidad natural de la tierra, en especial de tierras que debido a formas productivas especulativas (intensivas) previas han provocado la desertización o pérdida de fertilidad.
 - 2.5 Otorgamos ayudas para la custodia del territorio: recuperación de tierras, semillas, cultivos, cultura tradicional de hacer bancales, mantenimientos acequias, etc.

3. **Reducimos el consumo de carne un 80%**, por sus consecuencias nefastas para el efecto invernadero, la calidad ambiental de aguas, tierras y atmósfera, y la salud en general. Y el 20% que se mantiene es carne de calidad, de ganadería extensiva. Además dicha proporción es la que nos permite alimentarnos con carne de manera sostenible, garantizando la preservación de los ecosistemas.

4. **Educamos y formamos** a todos los sectores sociales: agricultores, políticos, escuelas, universidades, familias, etc. para sensibilizar, concienciar y hacer comprender que hay otras formas de producir alimentos y ganarse la vida con la agricultura y la ganadería, sin perjudicar el patrimonio natural y cultural ligado a la riqueza de la tierra.

“La gente no se da cuenta de lo que estamos perdiendo”.

 - 4.1 Ayudamos al agricultor para que tenga **capacidad empresarial**, sepa gestionar su empresa para que sea viable y encuentre el mercado que lo valore, no dependa de

subvenciones, y consiga más calidad de vida al tener más tiempo social, familiar y personal. Por ejemplo, aprender a negociar precios, planificar cultivos, llevar bien las cuentas, valorar qué cosas son beneficio y qué son pérdidas, etc. plantear dichos procesos desde un inicio. Estructurar la visión empresarial de negocio del pequeño agricultor.

4.2 Introducimos sistemas de **transparencia en la información y trazabilidad** de los alimentos para que el consumidor sepa qué compra y a quien ayuda con su compra, sepa escoger y sea consciente de su decisión. Etiquetamos poniendo la foto del agricultor, nombre, teléfono y email..., precio de origen (lo que recibe el agricultor), precio de transporte y precio final. *“La primera educación es la etiqueta”.*

En verde = alimento de temporada y de proximidad

En amarillo = alimento de temporada pero no de proximidad

En rojo = alimento no de temporada ni de proximidad.

4.2.1 Vetamos y penalizamos la falsa publicidad y marketing porque hace creer a la gente la falsa sensación de comer sano y bien cuando en realidad no estás comiendo bien ni es sano lo que comes. (Por ejemplo: Anunciar como “natural” una salsa de tomate, cuando ha sido producido industrialmente de forma intensiva, sin contacto con el sol, la tierra, la lluvia natural). Slogans y estéticas han de corresponderse con la realidad de cómo se ha producido el alimento, actualmente en la mayoría de marcas no se corresponde y se induce a creer lo que no es.

4.3 Potenciamos **proyectos educativos coherentes** que eduquen tanto a los niños como a los propios profesores y padres (Ejemplo que dio Alejandro: de la incoherencia de hacer una excursión con la escuela a Mercabarna para ver la transformación de las patatas de Israel, mientras la escuela promueve el comedor bio con patatas de producción local).

4.4 Educamos en **cultura curinaria y alimentaria**, aprender a cocinar y a comer sano, en función de los alimentos propios y propicios de cada estación, clima y para cada cuerpo individual. [Entender y respetar que hay carnívoros, vegetarianos ovo-lácteos, veganos, crudívoros, frugívoros, y hasta pránicos!]

4.5 Especialmente para niños y adolescentes, aunque también para cualquier persona, **incorporamos el ayuno** en algún momento del día o cada x días, reconociendo en el “pasar hambre” un proceso educativo para dar valor al alimento, conocer el cuerpo y poner en marcha procesos de limpieza favoreciendo a la salud.

4.6 En diferentes entornos educativos (escuelas, institutos, universidades) **investigar la autosuficiencia y soberanía alimentaria de nuestro entorno**: ¿Cuántos alimentos que consumimos estamos produciendo a nivel local, comarcal, regional, a nivel nacional? ¿La cantidad de km. que recorren los alimentos, empleados, salario, etc.? ¿Tipo de producción: pequeño agricultor tradicional o gran explotación con mucho consumo de agua y productos fitosanitarios? ¿Grado de contaminación ambiental y en nuestro cuerpo? Un ejemplo para la escuela, es estudiar geografía a través de la comida, cómo y donde se produce, cómo viaja, etc.

4.7 Concienciamos sobre la relación entre alimento sano y salud. Aprendemos a distinguir entre un alimento sano y uno que no lo es, qué hace un alimento sano

5. Establecemos leyes para facilitar el **acceso a la tierra**, ya sea con contratos de alquiler a largo plazo, creando multipropiedad o cooperativas de tierras de consumidores (“Som Terra” por ejemplo) destinadas solo para cultivar alimentos cediéndolas a los agricultores que no pueden comprarse tierra, o con políticas municipales que apoyan la cesión de tierras municipales solo para uso agroalimentario de calidad, sin pagar alquiler como derecho a cultivar la tierra.

5.1 Desarrollamos **estrategias** para que cada municipio consiga las tierras que necesite para gestionar parte de su alimento. Incentivos: quitarle el IBI a los propietarios que alquilen, poner multas por no alquilar en caso de tener tierras y no querer alquilar y tampoco desarrollar una propuesta alternativa, etc.

5.2 Igual que hay la reserva marítima, establecer la **reserva agrícola**, campos de cultivo dedicados a la alimentación.

5.3 Establecer **responsabilidades y obligaciones a los propietarios** de tierra para la mantengan y gestionen (custodia del territorio).

5.4 Dotar a cada territorio de un banco de tierras tanto de regadío como de secano, para producir en cada tierra lo que le es propio por sus características naturales, manteniendo la fertilidad de las tierras de regadío y recuperando de forma natural la fertilidad de las tierras de secano. Nos adaptamos al tipo de tierra y clima, cultivando lo que le es favorable, más que intervenir-manipular la tierra para que dé lo que no tiene.

6. Diseñamos un **mercado** libre de verdad, esto es, consciente y justo en la distribución de la riqueza. Promovemos el contacto y vínculo entre productores y consumidores, y la función de los permacultores, como diseñadores que tienen en cuenta el sistema global para que la producción y su comercialización esté diseñada en beneficio de todos y en aras de ser soberanos en las decisiones respecto a alimentación.

6.1 Promovemos la función de los agricultores y ganaderos, y hacemos sondeos para saber cuánta gente está dispuesta a trabajar como agricultores, molineros, procesadores de alimentos, permacultores, y facilitamos en cada territorio la transición hacia dichos trabajos.

6.2 Reconocemos y valoramos la diferencia cualitativa* en el sabor y valor nutricional de los alimentos producidos en secano respecto a los de regadío, por ello establecemos precios diferentes para la producción de secano y de regadío, y buscamos el mercado de la gente concienciada que va a pagar dicha diferencia de precio.

(* Ejemplo: las aceitunas y almendras de secano no son iguales que las de regadío, tienen un sabor y energía más concentrada, siendo más ricos en nutrientes.)

6.3 Formamos a gente para hacer marketing de sensibilización y valoración tanto del trabajo del agricultor como del producto que hace, hacer entender porqué el precio es más alto.

6.3.1 Vetamos el marketing y publicidad sin moral ni ética, que engaña, miente y confunde al consumidor con tal de vender, sin informar realmente al consumidor lo que se está vendiendo.

6.3.2 Dejamos de competir y engañar para publicitarnos, las escuelas de marketing dejan de incentivar la competitividad y “el todo vale” mientras vendas, para educar en comunicación auténtica, respetuosa, veraz.

6.3.3 Hacemos que el productor pueda dedicarse a producir sin tener que estresarse por la comercialización. Ideamos otros sistemas para adquirir y comprar por nosotros mismos, y no tanto por lo que nos diga la publicidad y el marketing estándar.

6.3.4 Hasta que no estemos más evolucionados y sea el propio consumidor quien busque al agricultor, el agricultor debe saber buscar quien le valore el producto, saber encontrar los canales para vender lo que hace a un precio justo, sin depender exclusivamente de los especialistas de marketing y comerciales, uniéndose entre agricultores, haciendo una red de amigos o de confianza, etc.

6.4 Tanto la administración como el propio consumidor aprende a pedir al mercado calidad alimentaria.

6.5 Fomentamos los grupos de consumo responsable, la cooperación entre personas para abastecerse de necesidades básicas como la comida. Concienciamos al consumidor de que no solo es posible comprar en un supermercado o gran centro comercial, que lo que tu demandas es lo que te van a producir, que los consumidores somos todas las personas y que al concienciamos y decidir con consciencia la compra de alimentos estamos potenciando el cambio de paradigma: *“La cesta de la compra es lo que realmente puede cambiar el mundo”*. Dejamos de comprar por capricho o compulsivamente sin pensar cómo está producido el alimento, y las consecuencias de dicha producción a nivel social y ambiental. Concienciar, educar, ... desprogramar.

6.6 Nos desprogramamos: Apagamos la tv y dejamos de leer periódicos, dejamos de estar informados por los medios de difusión, erróneamente llamados medios de comunicación.

6.6.1 Ayuno de móvil, ayuno de pantalla. Planteamos ejercicios de reflexión experimentando situaciones en las que no tenemos móvil o conexión a internet, y donde podamos valorar las debilidades y fortalezas de nuestro sistema de comercio, de nuestra red entre productores y consumidores, nuestra capacidad para producir y abastecernos. Una gran parte de la información que manejamos para decidir qué compro, qué como, dónde invierto mi energía, nos viene condicionada por la información que estamos recibiendo constantemente. Dicho ejercicios revelarían nuestras carencias vitales en cuanto a soberanía alimentaria.

A medio plazo - 2030

1. Nos desprogramamos de los condicionamientos que nos enajenan en cuanto a derechos, libertades, responsabilidades vitales, y hacemos posible en nuestras mentes y también en nuestro día a día ideas como la colectivización de las tierras. (Documental: sueños de colectivización).

2. En educación relatamos la historia de cómo nos han usurpado y robado la tierra y los recursos en los varios procesos de colonización, invasión o imposición. Recuperamos el relato y la cultura tribal de nuestros ancestros, recuperando la memoria olvidada, restaurando una consciencia plena en relación a la propiedad y la gestión de los recursos (tierras, agua, etc.).

2.1 Liberamos cada vez más tierras de la propiedad privada, la tierra deja de ser una cuestión de propiedad y pasa a ser una cuestión de responsabilidad. Devolvemos la tierra a quien la cultiva y cuida.

2.2 “Derechos de la Madre Tierra” y otros movimientos planetarios parecidos lideran el proceso de liberar la tierra de la compra-venta.

3. Expropiamos las tierras que fueron usurpadas o robadas, y hacemos con ellas bancos de tierras para abastecernos de los alimentos que necesitamos. Reequilibramos así parte de las injusticias habidas y restauramos la cooperatividad como lo normal y propio de una comunidad o población sana y consciente.

A largo plazo (utopías)

*“Las utopías son semillas que alberga nuestra alma.
Conforme devenimos conscientes esas semillas se despiertan
y la propia consciencia despierta hace que se materialicen.”
Estamos ahí.*

Fragmento a ubicar en algún lugar:

¿Cuánta gente es consciente de lo importante que es el alimento
y le da el valor que realmente le pertenece?
Damos importancia al ocio, a la cultura en general,
y al alimento ... ¿cuánta gente le da realmente el valor?
y destina parte de su presupuesto mensual para que el agricultor pueda vivir,
el ganadero pueda vivir, todo lo que implica no solo el comer sano
sino que quien produce ese alimento sano también pueda vivir de ello.