

ELIKADURA BURUJABETASUNA, EGIN BEHARREKO APUSTUA

Ekonomia Solidarioak larrialdi klimatikoa produkzio-eredua aldatzeko aukera gisa ulertzeko erantzukizuna du. Kapitala metatzeko logiketatik ateratzeko apustuak eta ahaleginak, pertsona aberatsen klub oso hautatua osatzen ez dutenentzat irtenbide bakarra baita, tokiko eredu ekonomikoen, zirkuitu laburren, agroekologiaren, enplegu duinaren eta ondasun naturalen berreskuratze eta defentsaren inguruan gauzatzen dira. Pertsonen zerbitzura dagoen ekonomia.

SOBERANÍA ALIMENTARIA, UNA APUESTA NECESARIA

La Economía Solidaria tiene la responsabilidad de entender la emergencia climática como una oportunidad de cambio de modelo productivo. Las apuestas y esfuerzos por salir de las lógicas de acumulación del capital, única salida para quienes no forman parte del muy selecto club de personas ricas, se materializan en torno a prácticas de modelos económicos locales, de circuitos cortos, agroecología, empleo digno y recuperación y defensa de bienes naturales. Una economía al servicio de las personas.



IMAGINA ONLINE
CASTELLANO

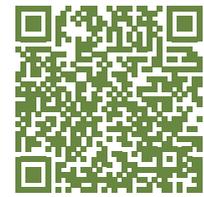


IMAGINA ONLINE
EUZKARAZ



¿Es posible una transición agroecológica en Navarra?

Navarra, tierra de diversidad. Más allá de un slogan publicitario, la realidad es que las características de nuestra tierra son propicias para garantizar la soberanía alimentaria, pero el sector primario ha sufrido en las últimas décadas unas transformaciones hacia un modelo industrial que está empezando a mostrarnos sus negativas consecuencias: incendios, transgénicos, contaminación, macrogranjas, monocultivos poco resilientes ante la sequía...



VÍDEO COMPLETO
DE LA TERTULIA



Se debe planificar un cambio de estrategia hacia modelos agroecológicos garantizando ayudas para quienes quieran cambiar de modelo, con una apuesta por la alianza y el diálogo para seguir dando pasos hacia la soberanía alimentaria.

JON GARAI
-EKOALDE-

«En Navarra se está impulsando un modelo que se aleja de los objetivos europeos para 2030».

PEIO ORIA
-AEMET-

«Los políticos tienen que ser valientes y cambiar el rumbo» para hacer políticas más coherentes con el cambio climático».

IOSEBA ETXARTE
-AGRICULTOR-

«A los cerealistas el Canal de Navarra y el regadío les ha cambiado la vida, pero se arrepentirán».

CARMEN LAKUNZA
-JATEKO-

«Compramos directamente a pequeñas productoras que no explotan ni a las personas ni a los animales».

Hemos reunido alrededor de una mesa a personas que desde diferentes perspectivas tienen mucho que decir sobre el necesario cambio hacia un modelo de producción agrícola más resiliente ante el cambio climático.

Ioseba Etxarte es agricultor y ganadero, y cree que es “*muy complicado*” hacer que un agricultor de convencional cambie hoy hacia un modelo agroecológico “*porque nos están incentivando desde las escuelas agrarias o desde el propio INTIA a producir y producir. Y evidentemente, eso va por el lado contrario de lo que es la sostenibilidad y de lo que es la eficiencia del agua y los recursos*”.

Pero, ¿hay posibilidad en Navarra de realizar este cambio de modelo y garantizar la soberanía alimentaria? **Jon Garai**, de la distribuidora Ekoalde, cree que sí. “*Aquí en Navarra lo que se está impulsando es un modelo concreto, que además se aleja de los objetivos europeos que nos planteamos de cara a 2030*”. Ante el modelo industrial, Garai propone un modelo agroecológico, que “*es mucho más resiliente por la rotación de los cultivos, lo que hace que la tierra no esté tan pensada en la producción masiva, sino que sea más fértil y que aguante mucho más ante sequías cada vez más largas*”.

LA SEQUÍA Y LOS RETOS DEL FUTURO

Peio Oria, meteorólogo de AEMET, opina que el uso del agua debería de ser uno de los principales temas a abordar de forma urgente desde una perspectiva de cambio en el modelo de producción agraria y ganadera. Ahora mismo, y a pesar de las generosas lluvias de las últimas semanas, Oria advierte de la gravedad de la situación. “*Si echamos la vista atrás, nos encontramos que la sequía hidrológica se está manifestando ahora, ya que esto viene de 2022, que fue el año más seco y más cálido en toda Navarra. Y la primavera en la mitad sur de Navarra vuelve a ser la más seca desde que tenemos registros. Cada vez esos periodos de falta de precipitación se van dilatando*”. Y las reservas en los embalses se resienten. Y avanza Oria que lo que dicen las predicciones de cambio climático es que esto “*nos lo vamos encontrar cada vez con más frecuencia, y con diferencias locales, porque Navarra tiene una variabilidad enorme*”.

CANAL DE NAVARRA Y REGADÍO, ¿ACIERTO O DESPILFARRO?

Etxarte cree que muchos agricultores se arrepentirán por su apuesta en favor del regadío tras la construcción del Canal de Navarra. “*A todos les ha cambiado la vida. Antes eran cerealistas*

o viticultores o olivareros y de repente han hecho de su explotación unas campiñas de maíz. Pero se arrepentirán”. Y recuerda que el Canal se está todavía pagando mediante peaje en la sombra con el presupuesto de la agricultura y la ganadería. También advierte de los problemas de contaminación provocados por el regadío. “*El agua del Ebro no pueden usarla porque no está lo suficientemente limpia. ¿Qué les dicen? ¡Ampliamos el Canal! Estamos empezando a regar desde Puente de la Reina, y en el regadío se consumen abonos inorgánicos y productos fitosanitarios, así que el que pone 15.000 hectáreas de regadío sabe que diez kilómetros abajo el agua no se puede consumir. Y cómo le vas a decir a alguien de Tudela, que ahora no va a tener agua? Hemos generado un problema*”.

LA RESPONSABILIDAD DEL CONSUMIDOR

El eslabón final de la cadena, él y la consumidora, también tiene su parte de responsabilidad, y hay a lo largo y ancho de Navarra grupos de consumo que se organizan para comprar de forma directa a los productores. **Carmen Lakunza** forma parte de Jateko. “*Es una manera de comprar sin intermediarios. Llevaba muchos años en el activismo y muchas veces la militancia y la actitud individual no se corresponden*”. Cree que la alimentación es una cuestión de coherencia y destaca que hay diferentes modelos de grupos con personalidades diversas. “*En algunos sitios los productos son ecológicos, en otros no, pero lo que queremos es comprar directamente a pequeñas productoras a las que conocemos, que no exploten ni a las personas ni a los animales, sino que respeten, que haya cuidado*”. Estos grupos de consumo, así como la tiendas de barrio, son espacios propicios para los pequeños productores agroecológicos, por lo que todos coinciden en señalar que tienen un alto potencial y que desde las administraciones se debería promocionar su creación. Por ejemplo, facilitando espacios públicos para el reparto de los productos.

Siguiendo con el papel de las instituciones, y sobre los cambios que se deberían impulsar, Etxarte apunta a que se debe planificar a largo plazo un cambio de estrategia hacia modelos agroecológicos garantizando ayudas para quienes quieran cambiar de modelo. Garai apuesta por la alianza y el diálogo para seguir dando pasos hacia la soberanía alimentaria en una tierra “*con una gran diversidad y potencial*”, mientras que Peio Oria opina que los políticos “*tienen que ser valientes*” y “*cambiar el rumbo*” para “*hacer políticas más coherentes con el cambio climático*”, poniendo énfasis en estrategias que mitiguen sus consecuencias. Y todos coinciden en que es urgente, pero no imposible.



JORNADAS DE REAS
SOBRE SOBERANÍA
ALIMENTARIA

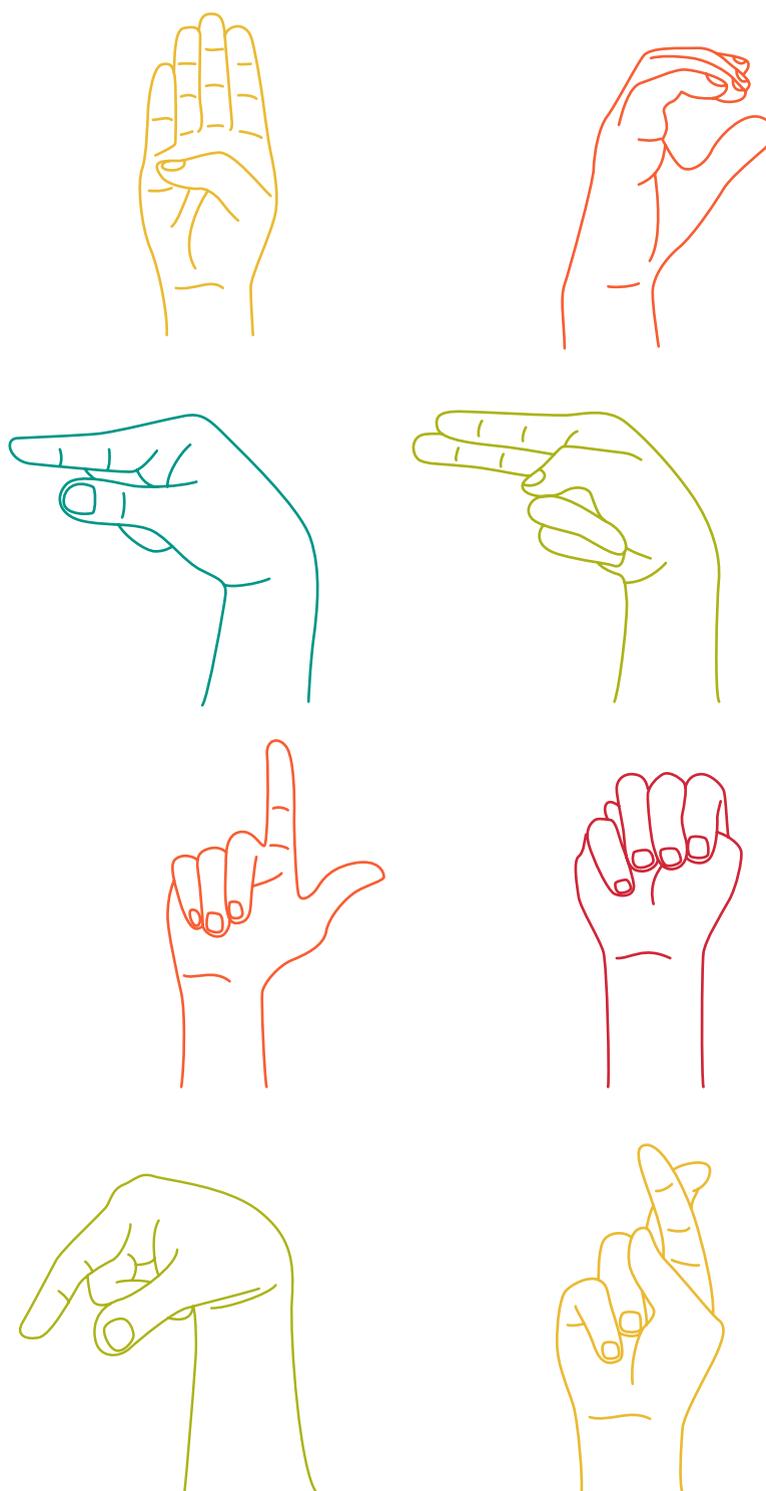
Glosario práctico para no perderse en el debate de la soberanía alimentaria

A continuación, te ofrecemos una serie de términos y definiciones que te ayudarán a entender mejor a qué nos referimos cuando hablamos de un cambio de modelo hacia la soberanía alimentaria.

Soberanía Alimentaria
concepto acuñado por Vía Campesina en la Cumbre Mundial de la Organización para la Alimentación y la Agricultura (FAO) de 1996. Es el derecho de los pueblos a definir y controlar sus sistemas alimentarios y de producción de alimentos de forma equitativa, soberana y respetuosa con el medio ambiente. Es definir las propias políticas y estrategias de producción, distribución y consumo de alimentos.

Agroecología
Como práctica, es el diseño y manejo de los agroecosistemas con criterios ecológicos a través de formas colectivas y propuestas participativas. Como enfoque teórico y metodológico, constituye una estrategia para el análisis y diseño de formas de manejo participativo de los recursos naturales aplicando conceptos y principios ecológicos, no solo con el objetivo de maximizar la producción, sino también de optimizarla. La idea de ecología, por su parte, se refiere al estudio de los seres vivos como integrantes de un ecosistema, haciendo hincapié en los vínculos que mantienen con el medio y entre sí.

KMO
o productos de proximidad, se refiere a la comercialización cercana al lugar de producción de un producto, lo que constituye su característica principal. Existen sellos locales que garantizan que la misma se encuentra a menos de 100km del lugar en el que se comercializa, pero no hay un sello general.



Mercado Transparente
espacio de mercado de compra directa al productor, sin agentes intermediarios.

Agroindustria
agricultura intensiva, agrogocio o agroextractivismo es la actividad económica que se dedica a la producción, industrialización y comercialización de productos agrícolas, ganaderos, forestales y otros recursos naturales. Implica la intensificación de productos y el extractivismo.

Macrogranja
Se utiliza para identificar granjas de modelo intensivo donde la densidad de animales es muy grande.

Ganadería intensiva
se desarrolla la actividad sobre procesos industrializados de una ganadería estabulada. Prima la rentabilidad máxima por kilo de carne producido.

Ganadería extensiva
pastoreo del ganado que se alimenta de los recursos propios del territorio que habita, aunque existen también sistemas mixtos en los que además del pastoreo, se aporta pienso a los animales.

Ganadería regenerativa
100% de la alimentación a pasto, centrada en la regeneración de los suelos mediante el pastoreo dirigido de los animales.

David Ruiz • Bizilur Elkarte



«Los mercados transparentes son un espacio de encuentro de productoras y consumidoras que ponen en valor el sector primario»



¿Qué es la Agricultura de Responsabilidad Compartida?

Es una iniciativa que pretende aglutinar todas aquellas formas de acercar a personas productoras y consumidoras, basadas en el compromiso mutuo y en el establecimiento de alianzas para garantizar alimentos sanos y de calidad a un precio razonable para todos, gracias al uso de canales cortos de comercialización que permiten eliminar intermediarios.



Esas relaciones directas se hacen cada vez más complicadas con el ritmo frenético de vida que llevamos, y sin embargo, apostáis por los mercados transparentes...

Un mercado agrario transparente es un espacio de encuentro entre las personas productoras y consumidoras, de sensibilización y pedagógico donde aprender de primera mano qué se cultiva, cómo se producen y elaboran los productos y qué beneficios tiene una alimentación de calidad, sostenible y saludable. Y genera alianzas entre las personas productoras y consumidoras frente a este modelo de desarrollo en el que vivimos.

Es un espacio para poner en valor el trabajo del sector primario, apostando por un modelo agrario de pequeños productores, defendiendo modelos ligados al territorio, diversificados, sostenibles medio ambiental y socialmente y basados en la venta directa y los canales cortos de comercialización.



¿Cómo se pueden impulsar esos canales cortos de comercialización?

Las administraciones públicas deberían apostar de una forma real por este modelo, para lo que se deberían desarrollar políticas públicas que se orienten hacia la soberanía alimentaria, la defensa de modelos ligados al territorio y de pequeños productores.

Actualmente se ha aprobado una Ley de Canales Cortos de Comercialización Agroalimentaria que todavía está por desarrollar. Nuestra reivindicación histórica ha sido que la Administración apueste por modelos como el modelo Fermier del Estado francés adaptado a nuestra realidad.

Un mercado agrario transparente es un espacio de encuentro entre las personas productoras y consumidoras, donde aprender de primera mano qué se cultiva, cómo se producen y elaboran los productos y qué beneficios tiene una alimentación de calidad.



Los grandes centros comerciales: un modelo de consumo que hunde a nuestras pequeñas productoras

Cuando comenzaron a aparecer los grandes centros comerciales que nos permitían comprar más, más rápido y más barato, nuestro modelo de consumo cambió radicalmente. Si antes cada persona dedicaba el 50% de su sueldo a la alimentación, hoy en día sólo se gasta una media del 15%. Parece un paso adelante, pero ¿cómo se ha conseguido eso? Gotzone Sestorain, agricultora y activista agroecológica, ha explicado que la producción se ha industrializado “sin respetar la naturaleza”, lo que ha tenido enormes consecuencias.



ESCUCHA
EL PODCAST

Nos hemos reunido con ella en uno de esos hipermercados fundados en Pamplona en los años 90. El objetivo es analizar cómo es el actual modelo de consumo y cuáles son sus consecuencias sociales y su impacto ecológico. Sestorain lo tiene claro: “Los supermercados son los grandes enemigos de la economía y el comercio locales y de las pequeñas productoras, porque son ellos quienes ponen las referencias de los precios”. Y los grandes centros comerciales están en manos de grupos económicos a los que no les importa nada la economía local. “Cada vez que se abre un gran centro comercial, nos hablan de los puestos de trabajo que se crean pero no nos dicen cuántos se pierden”.

Lo curioso es que los grandes centros comerciales se están apropiando de los valores del modelo agroecológico: producto local, km0, ecológico... a menudo su publicidad engañosa esconde un modelo de producción industrializado y poco respetuoso con la naturaleza. Un claro ejemplo lo tenemos en la leche. “Todas las industrias juegan con dos marcas: marca blanca y leche de marca. Ponen la marca blanca muy barata para atraer a la gente. El pro-



pio Eroski compra la leche a la empresa de la macrogranja de Caparroso para venderla como marca blanca. Km0 sí, pero de la macrogranja”. Y sin embargo, utilizan la imagen de un caserío en la publicidad. “Utilizan la imagen del caserío para ocultar otra realidad: las vacas no pastan en prado, comen soja transgénica, contaminan la tierra y los acuíferos, producen emisiones de CO2... ¡es un impacto terrible!”

La apropiación de los valores del modelo agroecológico también es evidente en la sección dedicada al producto navarro. Todo el queso que venden proviene del modelo industrial: “se trata de dos quesos elaborados con oveja latxa autóctona: Idiazabal y Roncal. Y entre ellos tenemos el modelo industrial o los quesos elaborados por nosotras las pastoras. Estos últimos no se venderán aquí porque el precio que nos pagan es muy bajo, y nosotras tenemos que vivir”. Así que local sí, pero no sostenible. Y aquí no es fácil la identificación de los productos elaborados con un modelo sostenible. En Iparralde, en cambio, sí. Tenemos la marca Idoki o productos elaborados bajo la denominación Ossau Iraty.

Consumir productos locales puede ser una forma de transición, pero si realmente queremos abordar nuestros retos como sociedad, hay que reforzar el modelo agroecológico.



CARNE DE CERDO, SÍMBOLO DEL MODELO INTENSIVO DE LAS MACROGRANJAS

Hoy en día, la carne más insostenible es la del cerdo. Está elaborada por medio del modelo industrial, los cerdos nunca verán el campo. “En Navarra, los productores de porcino extensivo serán 3 ó 4. Y no se hace porque la normativa existente esté hecha para impulsar el modelo industrial, y porque ponen enormes dificultades a hacerlo en extensivo. El modelo intensivo e industrial crea grandes problemas sanitarios, y en lugar de castigar este modelo e impulsar el extensivo, castigan al pequeño productor”. Con el pollo pasa algo parecido.

Y lo que hay detrás de todo esto es producir mucho y barato: “Pediría a la gente que no intente comprar lo más barato posible en lo que concierne a los productos alimentarios, porque eso significa que no se cuida el entorno, ni los animales, ni la forma de elaboración, ni las condiciones laborales de las personas trabajadoras”.

Sestorain cree que la conciencia del consumo responsable está extendida en una parte de la sociedad, “aunque todavía a muy pequeña escala. Consumir productos locales puede ser una forma de transición, pero si realmente queremos abordar nuestros retos como sociedad, hay que reforzar el modelo agroecológico sí o sí. Y que las personas consumidoras pasen de las palabras a los hechos.

Algunos «pecados inconfesables» de las grandes superficies

A menudo nos pasa desapercibida la importancia y el poder creciente de las empresas que controlan la distribución. Ese modelo que promocionan los grandes distribuidores implica consecuencias en las condiciones laborales y en la situación de los proveedores, pero también está asociado a intensos impactos socioambientales, en un mundo cada vez más interdependiente donde nuestro consumo afecta a seres humanos y ecosistemas en la otra esquina del planeta.

Los supermercados e hipermercados contribuyeron a consolidar un determinado tipo de consumo, basado en kilométricas cadenas de producción y en su deslocalización: este modelo, profundamente insostenible e injusto, acapara la ganancia a costa de externalizar los costos.



MERCADONA, ¿CALIDAD TOTAL?

Las malas prácticas laborales forman parte del ADN de esta empresa. Un ejemplo: el protocolo de Mercadona obliga a que en caso de embarazo, accidente o enfermedad, se notifique la situación al coordinador de la tienda, quien contacta con el médico de la empresa, y evita de este modo que el trabajador asista a su médico de cabecera y obtenga la baja. Si se conceden los llamados «días de descanso», que no baja, el médico de Mercadona llama cada día al trabajador para ver si ya está listo para incorporarse a su puesto.



CARREFOUR Y SUS MÁRGENES DE BENEFICIOS

Carrefour ha sido acusado de imponer márgenes desorbitantes entre lo que se le paga a los productores y lo que paga en la caja el consumidor. Con estrategias a veces prohibidas en la UE, donde los márgenes de ganancia permitidos no son tan laxos, Carrefour ha convertido países como Argentina y Brasil en una fuente sustancial de sus beneficios.

Toda la extensa cadena de extracción de materias primas, elaboración de las manufacturas, transporte y comercialización queda oculto tras su logotipo.

Fuente principal: "La dictadura de los supermercados", de Nazaret Castro de Carro de Combate .

Lorea Flores • Greenpeace Navarra

«Con las obras de recrecimiento de Yesa tendríamos una presa más alta pero igual de vacía»



La falta de agua en Navarra es ya una noticia recurrente. Pero ¿hay sequía o escasez de agua?

En primavera, podríamos decir que hemos tenido ambas cosas. Las precipitaciones han estado por debajo de la media, nos hemos enfrentado a un periodo largo de sequía. Pero también podemos hablar de escasez, provocada por la mala gestión del agua, su sobreexplotación y la contaminación. Hoy en día Itoitz o el Canal de Navarra son necesarios porque el modelo agrícola imperante no está adaptado a las condiciones de esta tierra y clima, y porque gran parte de los acuíferos de la cuenca del Ebro están contaminados por nitratos y pesticidas y no se pueden utilizar.



El regadío se ha extendido por todo el sur de Navarra. Una zona de cultivos de secano y que con el Canal se transformaron al regadío. ¿Es sostenible gastar tanta agua?

No, porque nuestros recursos están ya contaminados y sobreexplotados y porque este recurso va a ser cada vez más escaso en el futuro. La presión que la ganadería y la agricultura industrial ejercen hoy en día sobre nuestros recursos naturales es brutal, y teniendo en cuenta el cambio climático, es necesario un cambio radical.



Algunos plantean que el Canal de Navarra y el regadío son imprescindibles para el futuro económico. Y vemos cómo se plantean obras faraónicas como el recrecimiento de Yesa pese a que las predicciones estiman que no habrá suficiente agua para llenarlo...

Las grandes infraestructuras no son una solución. Plantean una falsa sensación de que la demanda puede aumentarse en algunas zonas trasvasando agua. Sin embargo, si no llueve, las reservas se agotan y no hay agua que llevar de un sitio a otro. Lo hemos visto este verano con las reservas del embalse de Yesa al 18%. Con las obras del recrecimiento terminadas solo habríamos tenido una presa más alta pero igual de vacía.



¿Cómo explicar en las zonas de Navarra donde la sequía más aprieta que hay que cambiar de rumbo?

Los cambios siempre asustan. Pero lo que está claro es que si seguimos por el mismo camino las primeras damnificadas van a ser las personas que se dedican al sector primario. Es por eso que tiene que hacerse una transición de manera planificada y para ello se hace necesaria la colaboración de todas las partes. La administración tiene que empezar a fomentar políticas y medidas que favorezcan ese cambio de rumbo y facilite el proceso a las agricultoras. La sociedad tiene que poner en valor una alimentación local y de cercanía. Y el sector primario tiene que abrirse a adaptarse a nuevos escenarios que a largo plazo supondrán un mayor beneficio y menor riesgo.



Las grandes infraestructuras no son una solución. Plantean una falsa sensación de que la demanda puede aumentarse en algunas zonas trasvasando agua.

Edita / Argitaratzen du

Colaboran / Laguntzen dute