

PUESTA EN ESCENA DEL PROYECTO:

El proyecto “DE LA TIERRA A LA VIDA” cubre tres factores de la problemática global del planeta cuyo broche final es un proceso creativo artístico para movilizar todos los grupos de interés hacia el mismo:

1. PLANETA TIERRA

ENUNCIADO:

Es evidente con la pandemia que estamos atravesando, que los humanos que habitamos el planeta tierra debemos volver a las raíces, es decir a cuidar la tierra como ella se merece, porque es un planeta finito, no tenemos planeta B y el deterioro que ha sufrido por las malas decisiones que han tomado los gobiernos del mundo durante siglos, así como el descuido que hemos observado la población en general, nos han llevado a un punto de *no retorno*.

Por eso, nuestro planteamiento está dirigido al mejoramiento de la tierra como tal, es decir de la materia prima que es ella misma: La tierra, el agua y el aire, de tal manera que sea tratada con todas las técnicas ancestrales de quienes más las conocen, quienes las han vivido, las han manejado y las han desarrollado con sus propias manos, con la lógica que la tierra misma les ha impuesto: desde lo natural.

Nuestra propuesta se centra en cultivos de semillas, cereales, granos, vegetales y frutos, en zonas campesinas y comunidades nativas, a fin de que ellos tengan todo el apoyo conjunto y por fin, de los estados, de las organizaciones que tienen que ver con el manejo mundial del planeta, Pro Planeta, Pro Alimentos, de la academia que aporta el conocimiento científico y de la empresa que es la que operativiza el *modus vivendi* de hoy.

2. TECNOLOGÍAS CREATIVAS E INSUFICIENCIA ALIMENTARIA

ENUNCIADO:

Dado que la ciencia está evolucionando hacia la biotecnología, con desarrollos muy innovadores que aportan a un mejor vivir, planteamos que el proyecto de “volver al origen”, se combine de la mejor manera con tecnologías limpias que ayuden al acrecentamiento del ecosistema, a la mayor productividad dentro de cánones limpios y que redunde en un avance futuro de la sociedad, convergiendo los sistemas rurales y artesanales con los sistemas de industrialización limpia/biotecnología.

Ello definitivamente apunta a la segunda preocupación mundial: la insuficiencia alimentaria de la población actual, que se presenta hoy y que se agrava hacia el futuro. En este caso, intervenir las comunidades más alejadas del centro, pequeños, medianos o grandes predios que aún no han sido tocados por la industrialización masiva y de personas que los habitan y no tienen recursos, ni para proporcionarse su propia alimentación y mucho menos acudir a los grandes centros de comercialización de los productos.

3. MEDIOS CREATIVOS Y ARTÍSTICOS EN JUEGO.

Como artistas, manejamos diferentes técnicas, medios y procesos. Entendemos que el problema de la tierra nos pertenece; pero que éste, al igual que el de la industria alimenticia, van más allá de las ideas de unos pocos: es un problema cultural y es necesario que toda la población se haga consiente de la problemática real y holística en la que estamos insertos; es necesario evangelizar en el manejo del planeta tierra y seguir fortaleciendo el trabajo que vienen haciendo los medios de comunicación acerca de crear conciencia del nexo alimentación – salud.

Como artistas seremos los encargados de manejar la parte comunicacional del proyecto, impulsados por medio de nuestros talentos, con ideas de gran impacto para crear vínculos emocionales entre la iniciativa y la sociedad. Creemos en las culturas aborígenes, le damos a la tierra la importancia que se merece y nos centraremos en estos dos conceptos para poner nuestro talento artístico y creativo, en función del cuidado del planeta y de nuestras raíces.

4. DE LA TEORIA A LA PRAXIS: FINANCIACIÓN

Dado que hay una realidad de la evolución del mundo que es preciso asumir, dado que no es posible retroceder en la evolución de los mercados, sino más bien llegar a un punto de diálogo entre la industria alimentaria masiva, en poder hoy principalmente de cuatro multinacionales oligopolios, grandes productoras, procesadoras, comercializadoras y transportadoras de granos, cereales y semillas, así como de productos alimenticios terminados, biocombustibles y otros servicios, la idea es vender el proyecto a estas entidades, llamadas las ABCD. Estas compañías son en su mayoría, empresas familiares con más de un siglo de existencia y obtienen jugosos ingresos de unas dimensiones globales, casi paraestatales, para que sean ellas mismas, quienes mediante un proyecto que apunte a su “Balance Social”, se unan y financien el proyecto ***“De la tierra a la vida”***.

Además del beneficio de aportar a la sociedad, un deber moral que las hará sentir muy bien, incidirá notablemente en su valor reputacional, a la vez de un valor agregado muy representativo, se convierten en las promotoras de la distribución de productos ***“orgánicos”*** para las poblaciones.

El proyecto estaría supervisado por entidades mundiales Pro Planeta y Pro Alimentación y el esquema de trabajo sería bajo cooperativas sin ánimo de lucro, donde los gobiernos incidan con un apoyo definitivo.

El lobby y negociación ante las productoras de alimentos, la haría la organización de apoyo a “Respiro Creativo” que adopte el proyecto.

1. PLAN DE ACCION

- 1) *Marco Conceptual y Estudio del Proyecto*: liderado por la organización de apoyo a “Respiro Creativo” que adopte el proyecto.

- 2) *Consenso con las comunidades Campesinas e Indígenas:* para la implantación del Proyecto, liderado la organización de apoyo a “Respiro Creativo” que adopte el proyecto.
- 3) *Plan Piloto en dos áreas geográficas:* Colombia, con las comunidades campesinas y Perú con los resguardos indígenas. Liderado por la organización de apoyo a “Respiro Creativo” que adopte el proyecto, las multinacionales de alimentos, los organismos internacionales ProPlaneta y Pro Alimentación y los gobiernos en las distintas escalas.
- 4) *Instalación del Plan Piloto,* el cual tomará para su establecimiento, operación, seguimiento y resultados, de un quinquenio como etapa inicial. Liderado por la organización de apoyo a “Respiro Creativo” que adopte el proyecto, las multinacionales de alimentos, los organismos internacionales ProPlaneta y Pro Alimentación y los gobiernos en las distintas escalas.
- 5) *Réplica global a través de transferencia del conocimiento:* Del proyecto, apropiado a cada continente, movilizado por la organización de apoyo a “Respiro Creativo” que adopte el proyecto, las multinacionales de alimentos, los organismos internacionales ProPlaneta y Pro Alimentación y los gobiernos en las distintas escalas, en acuerdo con el gobierno y bajo la socialización y financiación de las ABCD y otras entidades del sector de los alimentos en cada espacio geográfico (Ejem: Unilever y muchas otras multinacionales del sector etc).
- 6) *Apropiación del proyecto a cada comunidad,* región, municipio, ciudad, país, es decir, la escala geográfica que corresponda. El proyecto estará fundado sobre un marco legal claro cooperativo, sin animo de lucro, para el aprovechamiento y progreso de los habitantes de las zonas rurales y de los lugares más alejados del mundo y bajo la supervisión de organismos internacionales Pro Planeta y Pro Alimentación.
- 7) *Diseño de toda la Estrategia Comunicacional, en conjunto entre comunicadores y artistas de tal manera que los primeros diseñen la estrategia y los segundos toda la campaña creativa para movilizar todos los Grupos de Interés involucrados del proyecto.*