



## **Guion para la campaña en defensa del olivar tradicional**

### **1. Introducción**

La situación del campo en general y del olivar en particular pasa por un momento muy complicado. Los bajísimos precios del aceite han provocado que este año se hayan producido movilizaciones masivas del sector agricultor. Nada parece indicar que el malestar se reducirá conforme avance la campaña de aceituna, pues no hay visos de que los precios del aceite suban.

La extrema derecha ha visto en el sector de la agricultura un “nicho” político-electoral estratégico a conquistar. Razones no le faltan. En términos cuantitativos son 250.000 las familias que en España viven del olivar y en términos cualitativos la situación permite afeanar a PP y PSOE su gestión así como reforzar el discurso “antiélites” transnacionales. Las contradicciones abren posibilidades inéditas, también para una alianza amplia en clave popular y democrática.

Recogiendo el trabajo que IU viene realizando durante años (décadas, en realidad), planteamos la presente campaña para poner en valor dicho trabajo y reforzar nuestra posición en esta batalla política.

### **2. Objetivos políticos**

- Estrechar alianzas con los sectores afectados: agricultores movilizados, sindicatos, cooperativas y organizaciones agrarias de todo tipo.
  - o Poner nuestra presencia institucional al servicio de la construcción de dichas alianzas.
- Reforzar nuestro posicionamiento y nuestro discurso buscando:
  - o La alianza con otros sectores afectados por la “uberización” de la economía (taxi, repartidores, etc.).
  - o Elevar el problema de la despoblación a un plano nítidamente político.

### **3. Desarrollo de la campaña**

- Presentar mociones en los Ayuntamientos de todos los pueblos que se vean afectados directa o indirectamente por la situación que afronta el campo español en general y el sector olivar en particular.
- Presentar iniciativas parlamentarias (preguntas, mociones o proposiciones no de ley, comparencias, enmiendas presupuestarias, etc.) a nivel autonómico, estatal y europeo de tipo propositivo con soluciones trabajadas y reivindicadas por los sectores afectados.

- Presentar, en estas instituciones, iniciativas relativas a los acuerdos de libre comercio o cláusulas de salvaguarda que afecten a los sectores económicos agrícolas y del mundo rural.
- Realizar una campaña en las redes sociales presentando el díptico y los materiales gráficos que se facilitarán.
  - La campaña se lanzará desde la dirección federal el viernes a las 12:00.
- Repartir el díptico a través de mesas informativas, “casa por casa”, en cooperativas y/o en cualquier espacio de importancia estratégica.
- Solicitar y mantener reuniones con asociaciones agrarias en torno a nuestras propuestas para el debate.
- Recoger el resultado de los debates para reforzar nuestra propuesta final.

#### **4. Fechas y plazos para la campaña**

El debate está más candente en plena campaña de recogida de aceituna (por motivos varios como, por ejemplo, las perspectivas poco halagüeñas) y las semanas posteriores cuando, a priori, se suele vender el aceite. Por ello, el calendario para esta campaña debería ser:

- De enero a marzo.
  - Con la posibilidad de ampliarla según el transcurso del debate en el sector, ya que posiblemente puede organizarse una campaña de movilización que vaya más allá de los planos fijados. De la misma manera.