DIARIO DE BioCultura SEVILLA
feria de productos ecológicos y consumo responsable
22-24 de marzo 2019
Edita: Asociación Vida Sana (Declarada de Utilidad Pública)

BIOCULTURA SEVILLA/ANDALUCÍA

UNA NUEVA OPORTUNIDAD PARA AUMENTAR EL CONSUMO DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS

Del 22 al 24 de marzo, BioCultura se celebra en Sevilla (FIBES). Todas las cifras que giran en torno a la producción ecológica en Andalucía son realmente espectaculares y esperanzadoras. Pero el consumo sigue siendo una asignatura pendiente.

Está claro que la producción ecológica en Andalucía es todo un fenómeno, no solo por las favorables condiciones climatológicas y demás, sino que, por otro lado, esta comunidad autónoma cuenta con una gran emprendeduría ecológica en el primer sector. Andalucía es, sin lugar a dudas, la huerta orgánica de Europa. Ahora, de lo que se trata, para cerrar el círculo ecológico, es de que sea la huerta de la propia Andalucía y del resto del estado español. Y, en ese aspecto, BioCultura Sevilla aterriza en FIBES como la gran oportunidad para crear conciencia.
Para conseguir grandes objetivos es importante contar con la complicidad de los verdaderos actores del sector, y en ese sentido BioCultura, organizada por la Asociación Vida Sana, tiende sinergias con las entidades nacionales más importantes, con sede en Andalucía, como es Ecovalia.

Foto: EcoArchivo

El paso de BioCultura por cualquier ciudad o comunidad autónoma conlleva, sí o sí, un aumento del consumo interno de alimentos ecológicos

SECTOR ECOLÓGICO UN MERCADO AL ALZA

Distintos estudios de mercado indican que la producción y el consumo de alimentos ecológicos, especialmente de origen vegetal, va a seguir creciendo del orden de dos dígitos porcentuales anuales en el mundo durante los próximos años debido a varios factores…
Los estudios que han aparecido en los últimos dos años, en torno al sector de la alimentación ecológica, muestran que este mercado va a gozar de un crecimiento de dos dígitos anual. La incorporación de líneas de productos ecológicos en grandes multinacionales alimentarias va a ser una constante en los próximos años. De hecho, los alimentos "bio" ya están, en mayor o menor medida, en muchos lineales de grandes superficies.

ONLINE

Los informes también muestran la consolidación y expansión del comercio electrónico ecológico. Y una notable mejora del conocimiento en producción ecológica por parte de un público mayoritario. Así mismo, los informes aparecidos en los medios también confirman la ascensión de hábitos de alimentación vegetarianos, veganos y "flexitarianos", una tendencia imparable en nuestro país y en toda Europa.

VARIEDAD

Por otro lado, el mercado "bio" muestra un dinamismo que contrasta con el estancamiento del sector convencional. La cesta de la compra de productos orgánicos ya dispone de productos frescos, conservas, zumos, congelados, alimentación infantil, platos preparados, pescado, carnes… Y la biodiversidad en sus producciones es muy superior al mercado convencional. Por otro lado, el consumidor medio se preocupa cada vez más por la sostenibilidad de la producción de alimentos…

ESPAÑA

Ya somos el 5º país con mayor número de industrias ecológicas en el mundo (7.813). El valor de producción ecológica en origen se estimó en 2017 en 1.827 millones de euros. Somos, en consumo, el 10º mercado mundial de productos ecológicos con 1.962 millones de euros. Aquí hemos avanzado notablemente en muy poco tiempo. Nuestro gasto per cápita sigue creciendo pero todavía está alejado de los países punteros: ahora estamos en 42'2 € por persona y año. Somos el 4º mayor exportador mundial de productos ecológicos (895 millones de euros en 2017). El sector emplea a unas 85.000 (2017) personas. Somos el 1er productor mundial de aceite de oliva ecológico y de vino ecológico y el 2º productor mundial de cítricos ecológicos y de legumbres ecológicas. En cereales, el 6º y el 7º en hortalizas. Somos el 10º productor de frutas ecológicas.

Redacción

CATÁLOGO DE EXPOSITORES
SEVILLA 2019
BioCultura
feria de productos ecológicos y consumo responsable
www.biocultura.org/sevilla/directorio

LA FERIA EN CIFRAS TOMA NOTA

220 expositores y 13.000 visitantes
Previsión: 13.000 visitantes
Participación por sectores:
Agricultura y alimentación biológica: 61% (aprox. 14.000 productos certificados)
Cosmética certificada: 12%
Casa sana: 8%
Bienestar y salud: 8%
Ecoestilo de vida: 7%
Moda sostenible: 5%

ecovalia
VEN A VERNOS AL STAND nº 85
Ecoibéricos de Jabugo | Cortijo El Puerto
Bodega Almazara Sancha Pérez
Livesolives_Aceite Ecológico
Conservas Artesanales Contigo | Livania
Campos Carnes Ecológicas | Biosemillas
La Casona Aove de Autor | Ecovalia | Unolivo
Dietaecologica.com | Los Arándanos | Verdemiel
Quesos La Vieja Buchaca | Truefoods
la fórmula ecovalia =
(+ECO -CO_2)
¡ASÓCIATE!
www.ecovalia.org
@ecovalia.asociacionvalorecologico @ecovalia

NICOLÁS OLEA

"¿QUIÉN NOS VA A QUITAR DE ENCIMA AÑOS, DÉCADAS, DE EXPOSICIÓN INADVERTIDA A QUÍMICOS TÓXICOS DE NUESTROS HIJOS?"

Nicolás Olea es catedrático de la Facultad de Medicina de la Universidad de Granada/ Hospital Universitario S. Cecilio (Granada). Es uno de los mayores expertos mundiales en discernir cómo la exposición a productos químicos nocivos puede alterar nuestra salud y la del medio ambiente. Estará en BioCultura Sevilla dando una conferencia magistral, como siempre. Pedro Burruezo le entrevista.

-¿Todavía hay negacionistas de los efectos nocivos de los productos químicos en la salud humana?

-La verdad es que no sabría decirte. Sé que algunos no quieren aceptar que las cosas no van tan bien como ellos desearían en asuntos de regulación de la exposición química ambiental. Esos individuos se contrarían cuando oyen que es urgente la implementación de una política más estricta y basada en la precaución porque sienten atacado su modelo de progreso. Esas mismas personas tratan de llevar al absurdo muchas de las recomendaciones precautorias que se proponen, ya sea ridiculizándolas o menospreciándolas. Creo que, como alguien ha dicho, su fe ciega en la técnica les hace pensar que todo tiene remedio y que por más que nos equivoquemos, siempre, siempre va a haber una solución técnica. Y se equivocan. Algunos de los efectos son irreversibles y están costando mucho dolor para muchos.

CAMBIOS DE LOS POLÍTICOS

-¿En general, los políticos han cambiado sus posiciones desde el principio de tus investigaciones?

-Creo que sí. Al menos hemos conseguido colocar en sus agendas el problema de la exposición humana a los contaminantes ambientales con actividad hormonal y la necesidad de actuar. Europa ha reaccionado con todo su empaque, pero con una lentitud exasperante. Como el mastodonte esquizofrénico que aparenta ser, se debate entre lo que le gustaría legislar con carácter preventivo y lo que la presión política, económica y social le exige. Hemos presenciado enfrentamientos entre el Parlamento Europeo y la Comisión Europea más propios de patios de colegios que de grandes instituciones. ¡Con denuncia al maestro de guardia del recreo incluido! Ocurrió en 2013… Algunos países, liderados por Suecia, denunciaron a la Comisión Europea ante el Tribunal de Estrasburgo por no cumplir con el mandato dado por el Parlamento Europeo para establecer medidas de identificación de los compuestos disruptores endocrinos –aquellos que afectan a nuestro equilibrio hormonal– e implementar políticas de prevención de la exposición. Como era de esperar la denuncia prosperó, las medidas se están implementando y todo quedó en una demora de cerca de cinco años que más de uno habrá aprovechado en su beneficio.

-¿Cuál es el efecto nocivo de los productos químicos de síntesis que más te ha sorprendido en todos estos años de investigaciones?

-Hay algunos aspectos bien conocidos por la toxicología reguladora, aquella que se encarga de establecer la evidencia de daño y recomendar las medidas de protección frente a los contaminantes ambientales, que están muy bien afianzados: los efectos de carcinogenicidad, mutagenicidad y toxicidad sobre la reproducción (reprotoxicidad), que identifican a los compuestos químicos que se encuadran bajo las siglas CMR. A este respecto

Foto: EcoArchivo

Nicolás Olea es uno de los mayores expertos internacionales en el estudio de las consecuencias sanitarias de la exposición a tóxicos químicos

se han hecho grandes progresos. Si un compuesto químico entra en esta clasificación CMR se verá controlado por todo un aparato regulador que limitará su uso y los riesgos derivados de su empleo. No ocurre lo mismo para los compuestos químicos disruptores endocrinos, a pesar de que su exposición en momentos críticos de la vida de un individuo pueda tener consecuencias tan graves como cualquier compuesto CMR. Aquí el déficit regulador es impresionante y se suple con órdenes particulares de la Comisión Europea que, a veces, hasta sonrojan. Es difícil guardar la compostura y no reaccionar ante la sucesión de regulaciones "a la baja", durante más de veinte años, para controlar la presencia de bisfenol-A, un conocido disruptor endocrino, empleado en el envasado de alimentos, como es el caso del recubrimiento interior de las latas de conserva. Nosotros ya lo denunciamos en 1995. Hasta su prohibición definitiva en 2018 en todo tipo de envases para alimentos destinados a niños menores de tres años hemos asistido a un proceso de regulación penoso que nos parece tremendamente lento. El caso del bisfenol-A en uso alimentario es la crónica de una muerte anunciada y la resistencia numantina de los que se resisten a la búsqueda de una alternativa más segura. La pregunta es: ¿Quién nos va a quitar de encima años, décadas, de exposición inadvertida de nuestros hijos?

LOS MÁS PELIGROSOS

-¿Cuáles dirías que son los productos más peligrosos en salud humana?

-Los compuestos CMR podrían ocupar ese primer lugar en el ránking, pero, tal y conforme está hecha la pregunta, hay un vicio en la formulación que se te ha incorporado al discurso sin darte cuenta: considerar los compuestos químicos de forma individual… En el caso de los compuestos CMR cualquier dosis entraña un riesgo, es decir, es necesario evitar cualquier exposición porque incluso a un nivel bajo de uno de esos compuestos se puede producir un efecto indeseable. En el caso del resto de los compuestos químicos se ha establecido un nivel de seguridad de tal manera que, teóricamente, si no se alcanza esa concentración, no hay peligro. Hasta aquí todo aparentemente bajo control, pero ¿qué pasa cuando coincide la exposición de dos o más compuestos? ¿Se suman sus concentraciones y sus efectos? Este es uno de los aspectos más relevantes que el estudio de disruptores endocrinos ha traído al debate científico. El llamado efecto combinado o efecto cóctel ha echado por tierra la tranquilidad que nos daba el establecimiento de dosis o concentraciones seguras para muchas sustancias químicas cuando son consideradas de forma aislada.

-¿Nos podrías dar algunos ejemplos de esos disruptores endocrinos?

-Creo que el concepto de disrupción endocrina ya es familiar para muchos de nosotros y aparecen diariamente noticias sobre la presencia ambiental de muchos de compuestos químicos con estas propiedades. Por ejemplo, la reciente movida en torno al uso de los tickets de caja de impresión térmica ha reavivado el problema de la exposición humana a bisfenol-A, constituyente del papel térmico. Pero hay muchos más ejemplos: todo el mundo habla de los cosméticos sin parabenos, sin saber muy bien que esos parabenos son disruptores endocrinos. Se conoce el peligro del residuo de pesticidas en los alimentos de cultivo industrial sin que tampoco sepa mucha gente que parte de la toxicidad de esos compuestos es su capacidad de mimetizar a las hormonas. Por último está el caso del empleo de determinados tipos de plásticos que suponen una exposición a ftalatos o a perfluorados, disruptores endocrinos bien caracterizados.

BIOCULTURA SEVILLA

-¿En qué va a consistir tu charla en BioCultura Sevilla?

-Presentaré las últimas novedades sobre exposición humana a compuestos químicos disruptores endocrinos, centrándome en aquellos que, sin ser persistentes, contribuyen a la exposición en el día a día de la gente corriente, no profesionalmente expuesta. Para divulgar el conocimiento de este aspecto de la salud humana, hemos construido varios escenarios y daré recomendaciones de cómo disminuir la exposición con medidas de carácter personal… mientras que los responsables de velar por la exposición inadvertida de la población se espabilan.

-¿De qué manera podemos "achicar" nuestra exposición a esos productos tan peligrosos como pesticidas, herbicidas, etc.? ¿Eligiendo alimentos ecológicos?

-Hay múltiples fuentes y varias vías de exposición. Entre las fuentes, el origen de los alimentos, su procesamiento, envasado y preparación representa uno de los campos mejor estudiados y con más fácil intervención. Pero no podemos olvidar fuentes de exposición como los cosméticos, los detergentes y artículos de limpieza, los textiles o la calidad del aire exterior y del interior de nuestros hogares. Todas estas fuentes convergen en unas pocas vías de acceso a nuestro organismo, la digestiva, la dérmica y la inhalatoria. Sobre fuentes y vías podemos actuar de forma preventiva. El consumo de productos ecológicos puede ayudar a reducir de forma significativa la exposición a pesticidas y fitosanitarios, pero no debemos olvidar lo que atañe a su empaquetado y su elaboración. Todo el proceso de producción de alimentos es muy vulnerable y está continuamente sometido a la presión de ciertas mejoras, que tan solo lo son en apariencia. El empleo abusivo de fertilizantes, el empleo sistemático de pesticidas, insecticidas y fungicidas, el uso habitual de herbicidas, resulta, al final, en la presencia del residuo de estos compuestos en el alimento de origen vegetal. La contaminación marina por compuestos persistentes y metales nos trae a la mesa el pescado rico en mercurio, que no hace ninguna falta. Se hace necesaria otra forma de producción que nos asegure que el productor está de nuestro lado, proveyendo alimentos de origen vegetal y animal sin residuos químicos. Los que se han acogido a las formas de producción ecológica nos están haciendo un gran favor. Nuestra elección favorecerá la popularización de esos productos y su competitividad en el mercado.

LA ALIMENTACIÓN

-¿Cuál es tu propuesta para la alimentación?

-No soy experto en alimentación y he llegado a este campo tratando de averiguar la causa de enfermedades comunes como el cáncer, la obesidad o la infertilidad. Pero sí que te puedo dar las recomendaciones que he aprendido y me parecen útiles: 1. Come de producción ecológica; 2. Consume productos locales y de temporada; 3. Compra pagando el precio justo, y 4. Come de todo, poco.

-¿España es más peligrosa o menos que otros países de nuestro alrededor? ¿Se controlan los alimentos? ¿Se hacen estudios sobre exposición a niveles pequeños?

-Afortunadamente para nosotros, somos Europa. Esto quiere decir que nos vemos sometidos a decisiones de carácter global que se han tomado en un Parlamento Europeo donde están representados países con una gran tradición ambiental y con un movimiento ciudadano muy importante. Creo que eso ha sido un buen freno para que no se den demasiados casos ligados a la idiosincrasia de la raza. Como decía un amigo mío sudamericano: "Vengo de un país de listillos, nos pasamos el día maquinando cómo defraudar al fisco o engañar al vecino". No será el caso de España, ¡no¡, pero creo que las reglas del juego impuestas por la Comisión Europea nos ayudan a controlar muchos aspectos de nuestra seguridad ambiental, en el sentido más amplio de la palabra. No es el momento de discutir el tema, pero la presión europea sobre la regulación del consumo de pescado con altos niveles de mercurio en España y Portugal es un buen ejemplo de lo que estoy refiriendo. Sí, se han hecho buenos estudios sobre exposición química ambiental en España, unos pocos poblacionales y otros ligados a estudios epidemiológicos. Los trabajos de Cataluña y Canarias son pioneros, después han venido otros realizados por el Centro Nacional de Sanidad Ambiental (CNSA). Destaca el estudio en el que participa esta última institución y mi grupo de trabajo, que comprende 27 países europeos. El proyecto se identifica con las siglas HBM4EU.

Pedro Burruezo

THE ECOLOGIST XX ANIVERSARIO

"HAY QUE VOLVER A REIVINDICAR EL CONOCIMIENTO INTUITIVO..."

Javier Bolufer entrevista a Pedro Burruezo a colación de los 20 años de The Ecologist, que se cumplen en 2019. Dos décadas de periodismo contracorriente y singular.

Foto: Amanda Ortega

Pedro Burruezo dirige The Ecologist casi desde sus inicios

Pedro Burruezo está en la versión en castellano de The Ecologist desde sus orígenes y, en su dirección/coordinación, prácticamente, también, desde el principio. Aunque también es artista, músico y compositor (un trovador conocido en los circuitos de la música medieval y sus afines), hoy llega a nuestras páginas por su quehacer periodístico. Tiene pocos pelos en la lengua… Montse Arias desempeñó la tarea de dirección en los primeros números de la revista.

-¿Cómo empezó todo?

-Diversas ONG's unieron esfuerzos, hace 20 años, para publicar en España una traducción del monográfico "Monsanto Files" que The Ecologist UK había dedicado a Monsanto y que la transnacional tóxica había secuestrado en la imprenta. A partir de ahí, las otras ONG's no quisieron continuar. Desde Vida Sana existía muy buena relación con The Ecologist UK y con el gran Edward Goldsmith. Vida Sana tenía ganas de llevar a cabo una aventura editorial de este tipo. Me llamaron y me plantearon empezar a trabajar juntos. Le planteamos la posibilidad a Teddy (Goldsmith) de seguir con la edición en castellano, pero a nuestra manera, no siendo una simple traducción de la "madre" inglesa. A él le pareció genial. Él fue un gran hombre, un visionario. Sin lugar a dudas, mi gran maestro. Y aquí estamos todavía… Parece que fue ayer.

HEROICIDAD EDITORIAL

-¿Es una heroicidad que todavía exista The Ecologist en el estado español en papel…?

-Bueno, la verdad es que sí, en cierta forma. Hay algunos secretos para ello. El primero es que, detrás, está la Asociación Vida Sana, que respalda este "sueño" editorial tan peculiar. El segundo secreto es que, aunque pueda parecer lo contrario, hay un público en España al que gusta leer un periodismo comprometido. También podría decir que somos verdaderamente espartanos y que por ello somos capaces de echar para adelante con muy poco. El cuarto asunto es que la ecología profunda, o ecología espiritual, se vende por sí sola. Puede ser que la gente nos dé la espalda, pero te aseguro que estamos en el camino correcto… Yo siempre he seguido mi intuición y tampoco me ha ido tan mal. Hay que volver a reivindicar el conocimiento intuitivo… Y hay que volver a ser constantes, conscientes, coherentes…

-Porque podría parecerle a alguien que, al menos como negocio, lo vuestro no está en el sitio adecuado ni en el momento idóneo…

-Tienes toda la razón. Yo tengo una extraña capacidad para estar siempre en el lugar menos indicado, al menos en lo que concierne a los negocios, lo cual, todo hay que decirlo, me importa poco, pues podría pasar casi con lo puesto. Si estamos aquí, de todas formas, no es por asuntos crematísticos, sino espirituales, éticos, activistas, llámalo como quieras. Estamos aquí por vocación. Hay una forma de vivir, de sentir, de consumir, de estar, de ser… que no aparece en los medios de información. Para eso estamos nosotros. Y, además, hay una serie de cosas que la sociedad moderna da por válidas sin cuestionarse. Nosotros las ponemos en duda…

LOS DOGMAS

-¿A qué se refiere usted?

-A los dogmas sobre los que se cimienta la sociedad de masas, esa nueva religión "catódica". Todo el mundo da por válidos esos dogmas: el cientifismo, el mecanicismo, el cartesianismo, el individualismo, el pragmatismo… Esos dogmas han construido una sociedad en la que todo es posible, todo… menos la vida en armonía con la Naturaleza y con nuestras propias características humanas. The Ecologist pone en cuestión esos dogmas, esa nueva religión tecnocientífica, materialista, usurera, especulativa, tecnocrática, sin alma, sin corazón. Y lo hacemos con un lenguaje que todo el mundo puede entender y que también usa, en cierta medida, el mismo lenguaje científico para destronar las mentiras que el propio Sistema ha creado. Mientras, la biodiversidad mengua, la crisis climática se dispara, aumentan las guerras y las hambrunas, se multiplican las tasas de enfermedades raras y el cáncer es el pan nuestro de cada día, desparecen las familias, una minoría se forra, comemos basura, aumentan los suicidios... Un mundo en el que las empresas y los estados lo controlan todo.

-Le habrán dicho alguna vez que es usted y su revista un poco cenizos, ¿no?

-Sí. Podríamos vivir sin consciencia, sí. Pero eso no quiere decir que no fuéramos a ser víctimas del Sistema. Es mejor vivir lo más al margen de la brutalidad del mundo moderno y, así, no ser cómplices de tanta barbarie. No, al menos, con mi permiso, con nuestro permiso. Nosotros somos, simplemente, realistas. Cada uno es libre de vivir en una burbuja de autocomplacencia y de mentiras, pero lo cierto es que la Humanidad camina muy alegremente hacia la autodestrucción. Es necesario un gran cambio para que la Humanidad pueda sobrevivirse a sí misma. El futuro será espiritual o no será.

Foto: Amanda Ortega

Burruezo entrega el Premio BioCultura al Personaje del Año en una de las ediciones de los premios BioCultura... al gran payaso Tortell Poltrona

LOS/LAS SABIOS/AS

-¿Qué es lo que más le ha servido a usted, para crecer, en todos estos años al frente de The Ecologist?

-Sin ninguna duda, conocer a personas de una gran sabiduría. Conocerles personalmente y sus obras, su pensamiento. Me refiero a Edward Goldsmith, Vandana Shiva, Hossein Nasr, Jerry Mander… Ellos/as me han descubierto cosas que yo intuía. Que puede haber otras formas de vivir y de pensar ajenos a la cultura mayoritaria y a la contracultura, que vienen a ser lo mismo, pero sin corbatas y con melenas. Hay otras vías que no son las de siempre. Esas otras vías son las que pueden ayudarnos a mantener viva la Tierra y a mantener viva nuestra alma. En realidad, todo es lo mismo. El trabajar en monográficos trimestrales me ha ayudado a conocer muy a fondo temas concretos: las patologías mentales (sus causas, sus orígenes, sus posibles soluciones), el ecofeminismo (que poco tiene que ver con el feminismo occidental), las razones de la despoblación rural… Todo esto es posible gracias a una magnífica nómina de colaboradores que no son, en absoluto, periodistas al uso.

-¿The Ecologist defiende la sabiduría por encima de la inteligencia?

-Por supuesto. La inteligencia ya sabemos dónde nos puede llevar. La inteligencia, además, ¿en manos de quién está? De gobiernos, empresarios, banqueros, ejércitos, etc. La sabiduría es un bien magnífico que tiene el ser humano y que ha dejado escapar por un poco de comodidad, cuatro mentiras facilonas y mucho azúcar. ¿Para qué necesitamos tanto azúcar, tanto "power flower", ja ja ja? A mí me gusta la vida más austera, menos autocomplaciente, más crítica, más amarga, menos "barbacoa/domingo/qué/bonito/es todo". La revista está inspirada, siguiendo la huella de Edward Goldsmith, en la sabiduría perenne, en la espiritualidad profunda de las grandes tradiciones, en el saber de hombres y mujeres que siempre fueron genuinos y puros. Aquí no hay lugar para la tibieza. Trabajamos por hacer llegar la ecología profunda, el bien común, al mayor número posible de personas. Lo hacemos con rigor. Y sacamos en nuestras páginas a aquellas personas que están dando ya esos cambios, a los pioneros.

MONOGRÁFICOS Y ENTREVISTAS

-¿Cuál ha sido el número que más le ha agradado, del que se siente más satisfecho, o por el que les hayan felicitado más?

-Ha habido varios que han sido sonados. Por ejemplo, los números dedicados a las causas de las patologías mentales, que fueron dos monográficos seguidos; o el número, muy reciente, dedicado al último tabú de Occidente: la muerte. También disfruté como un cosaco con el monográfico dedicado a la ecología contemplativa. Un montón de años, un montón de monográficos, un montón de gente muy interesante que ha pasado por esas páginas (como articulistas o como entrevistados), un montón de cosas para denunciar y para felicitarse… Toda una vida de ecoactivismo.

Javier Bolufer

EL FUTURO

HASTA EL NÚMERO 100

-¿Qué nos puede decir del futuro de la revista?

-Continuaremos exactamente como hasta ahora al menos hasta el número 100 (ahora estamos trabajando ya en el 78 y el 79). A partir de entonces, dejaremos el asunto en manos de la Providencia, que siempre sabe más que nosotros. Hasta el número 100, monográficos trimestrales como hasta la fecha: con la pluma bien afilada.

20 AÑOS DESPUÉS

UNA LÍNEA DURA Y COMBATIVA

En 2019, la edición en español de The Ecologist llegará al número 80. Hace 20 años, un año antes de empezar a editar The Ecologist de forma trimestral en papel, la práctica totalidad de asociaciones ecologistas se unió para llevar a cabo la edición conjunta del monográfico "Monsanto Files", un número dedicado a la transnacional de los pesticidas y la transgenia que, en UK, la citada empresa acabó secuestrando. Después, la Asociación Vida Sana tomó el relevo y, tras recibir los parabienes y las "bendiciones" del fundador, Edward Goldsmith, empezó a editar la revista para España y Latinoamérica. 20 años después, continúa el mismo empeño: una línea editorial dura y combativa que acerca al lector ideas, conceptos y soluciones para los grandes problemas que hoy asuelan a la Humanidad… en formato de monográficos trimestrales, desde un punto de vista holístico, profundo y que no excluye el lado espiritual. Se trata de repensar el mundo y corroborar, con respaldo científico y una visión general, por qué la sociedad moderna ha derivado hacia una catástrofe anunciada y cuáles son los problemas y sus raíces, los/las que provocan la destrucción de la Naturaleza y de la propia sociedad humana. Y, claro, como The Ecologist no está formado por un grupo de masoquistas dementes, citar también las posibles soluciones…

CENTRO ECOLÓGICO GAIA

"NUESTRO PÚBLICO ES MUY VARIADO, AFORTUNADAMENTE"

Rosario y Pepe son los responsables de Centro Gaia, en Sevilla. Se trata, sin duda, de unos de los grandes pioneros del movimiento "bio" no sólo en la ciudad bética, sino en toda Andalucía. Contestan al alimón a las preguntas de Carolina Sánchez. Participan en BioCultura Sevilla, como lo han hecho desde el principio. La tienda cumple 25 años. El restaurante, 10. Los dos establecimientos están el uno al lado del otro. Mucho tiempo de una apuesta sin fisuras por lo ecológico y lo saludable. También tienen un centro de estudios alternativos y de técnicas naturales.

Foto: EcoArchivo

Rosario y Pepe, responsables de Centro Gaia

-¿Cómo ha evolucionado vuestra empresa desde sus orígenes?

-Hemos ido adaptándonos según las necesidades y según la demanda de los clientes acerca de los productos ecológicos. Hemos ido aumentando la cantidad de alimentos frescos como verduras y frutas y también, cómo no, de producción no sólo nacional sino también de producción local. Hoy en día hacemos un mercado de producto ecológico completamente diferente al que hacíamos hace 25 años. Es mucho más sostenible, mucho más diverso y promocionamos muchísimo a los agricultores y productores locales con los que formamos una simbiosis activa porque ellos nos ofrecen lo que la tierra les da y nosotros también les trasladamos las necesidades de nuestros clientes y entre todos conseguimos un buen trato.

LOS ORÍGENES

-¿Cómo fueron esos orígenes en Sevilla? ¿Era como predicar en el desierto?

-No era predicar en el desierto: la prueba es que 25 años después Sevilla es una ciudad con una oferta ecológica bastante interesante tanto a nivel de tiendas ecológicas a lo largo de toda la superficie de nuestra ciudad y de la provincia como también con una ciudadanía con una conciencia social más ecológica, y todo eso se ha hecho a lo largo de muchos años y mucha formación y por supuesto de mucha gente, no solamente nuestro caso.

-¿Cómo veis el sector ecológico andaluz en la actualidad?

-Bueno, lo vemos en crecimiento, lo vemos también cada vez consiguiendo más niveles de calidad, niveles de atención al producto mucho mayor que hace años y eso es muy bueno porque también nos sitúa en el punto de mira de Europa, que nos miran y ven en nosotros cómo este mercado ecológico es de calidad y es un mercado capaz de ofertar buenos productos a muy buenos precios.

EL PÚBLICO

-¿Cómo definiríais al público que se acerca a vuestros establecimientos?

-Pues es un público muy variado por suerte tanto en edad como en poder adquisitivo, clientes que se encargan de cuidar de su salud a través de la alimentación ecológica, muchas madres con niños pequeños, pero también mucha gente joven que, debido a que optan por otros sistemas de alimentación como por ejemplo puede ser el vegetarianismo o el veganismo, eso va aparejado a querer utilizar un producto de mucha más calidad y entonces se acercan al mercado ecológico a más temprana edad que hace años, donde en la formación y el conocimiento de los productos ecológicos parecían más de una edad más madura.

> **"Hace muchísimos años que ya teníamos contacto con BioCultura, incluso antes de tener la tienda ecológica y el Centro Gaia. Para nosotros es y siempre ha sido un escaparate de cómo va la ecología y el consumo ecológico en España, ahora en concreto también en la zona de Andalucía"**

-¿Qué es lo que más demanda el consumidor andaluz que se acerca a Gaia?

-En general productos de primera necesidad: pan, verduras, frutas, pastas, alimentos que cada uno tiene que tener en casa para las primeras necesidades. También poco a poco se van incorporando los consumidores de carne ecológica y, por supuesto, también de la parte de dermocosmética, en la que también la ecología está demostrando que tiene la respuesta para muchos problemas que la gente tiene.

Foto: EcoArchivo

Una apuesta clara por lo ecológico y lo local

Foto: EcoArchivo

La tienda es pionera en Sevilla

TURISMO

-Sevilla es una urbe muy turística. ¿En qué medida el paso de tantos turistas por Sevilla hace que aumente el consumo de productos "bio"?

-El turista ocasional demanda más el restaurante y la comida ecológica para llevar, y la comida vegana, más que el consumo a nivel de supermercado o a nivel de terapia, etc. Pero sí que es verdad que el turista viene con la información y ya nos tiene localizados desde su país y viene a ver lo que podemos ofrecerle.

-¿Se avecinan cambios en Andalucía después de las últimas elecciones? ¿Esos cambios afectarán positiva o negativamente al sector ecológico, a la producción y al consumo? ¿Cuál es vuestra opinión?

-Prefiero no contestar porque mi actitud respecto a los políticos y respecto a lo que estos hacen sobre la ecología no creo que sea muy positiva, así que creo que es mucho mejor esperar a ver cuál es el comportamiento y, por supuesto, que la población lo vea, tome conciencia y actúe de forma ciudadana, premiándolo o castigándolo en las próximas elecciones: creo que es lo más que puedo decir.

BIOCULTURA

-¿Qué es para vosotros BioCultura? ¿En qué medida pensáis que la feria sirve para que aumente el consumo interno en Andalucía?

-Hace muchísimos años que ya teníamos contacto con BioCultura, incluso antes de tener la tienda ecológica y el Centro Gaia. Para nosotros es y siempre ha sido un escaparate de cómo va la ecología y el consumo ecológico en España, ahora en concreto también en la zona de Andalucía. Creo que viene bien para movilizar y para dar a conocer lo ecológico a todas aquellas personas que aún, por su manera de ver las cosas y por su manera de vivir, no han encontrado todavía un hueco para el producto "bio".

-¿Seguís de cerca las tendencias internacionales que se dan dentro del sector ecológico? Por ejemplo, ¿en Sevilla también crece el consumo de productos ecológicos para veganos? ¿Y los alimentos para niños?

-Bueno, también hace muchos años que acudimos siempre que podemos a otras ferias internacionales, como es la de Nuremberg, la feria Biofach, y en ella sí que se ve también cómo son las tendencias que imperarán en el mercado en toda Europa y en todo el planeta. Van un poco por delante. Allí se ve cómo aumenta la oferta de productos sin gluten, productos veganos, productos para niños y para bebés: es verdad que se está viendo una tendencia a cubrir esas necesidades del mercado.

Carolina Sánchez

EL FUTURO A MEDIO PLAZO

10 AÑOS POR DELANTE

-¿Cómo imagináis vuestros establecimientos dentro de 10 años?

-Pues teniendo en cuenta nuestra edad, que cumplimos este año 57 años, y los 25 años que llevamos trabajando en la ecología, esperamos que dentro de 10 años el consumo ecológico haya subido muchísimo más de tal forma que la tienda habitual o el supermercado habitual al que acude el consumidor sea eminentemente ecológico. A nosotros nos encantaría que en ese momento el centro Gaia estuviera en muy buenas manos y seguro que nos encantará ver cómo está creciendo, cómo sigue ofreciendo a la población una oferta ecológica y local… Desde nuestra jubilación, estamos seguros que habrá gente joven que recoja el testigo de tanto esfuerzo.

Luis de Vargas, 4-6
95 456 18 31
www.centroecologicogaia.com

ECOVALIA / ÁLVARO BARRERA

"ES NECESARIA UNA LEY DE COMERCIO DIRECTO, QUE POTENCIE EL CANAL CORTO DE COMERCIALIZACIÓN"

Álvaro Barrera Fernández (Sevilla, 1977) es licenciado veterinario bromatólogo (Universidad de Córdoba); en Tecnología de los Alimentos (Universidad de Granada) y Alta Dirección, Gestión y Finanzas (Universidad de Osuna). En 2015 fue elegido presidente de la Asociación Ecovalia, tras 14 años de trabajo previo para esta entidad, en diferentes puestos, siempre en contacto directo con ganaderos y agricultores. P. Bolaño le entrevista. Ecovalia participa en BioCultura Sevilla.

Ecovalia es una asociación nacional profesional que promueve la producción y la alimentación ecológicas. Avalada por una masa social de 15.000 asociados, es una entidad sin ánimo de lucro que nació en 1991. Desde entonces se ha convertido en un claro referente dentro del sector ecológico español, con amplia representación también fuera de nuestras fronteras.

-¿En qué medida la agricultura ecológica está luchando contra la despoblación rural en aquellas zonas en las que vosotros tenéis datos fidedignos y actividad?

-La producción ecológica es un método de explotación viable, que puede mantenerse en el tiempo, porque se entiende como un sistema, que engloba agricultura y ganadería, que por sus condiciones agronómicas y agroclimáticas facilita que pequeñas explotaciones aporten valor añadido y, además, posibilita que generen un 30% más de empleo, con lo cual tiene garantía de futuro.

-¿Por qué la agricultura ecológica es una buena forma de luchar contra el éxodo rural? ¿Más esperanza de futuro para los agricultores? ¿Más necesidad de mano de obra? ¿La gente ecoemprendedora está más concienciada?

-El perfil-tipo de las explotaciones de agricultura ecológica lo conforman pequeñas y medianas empresas, porque con este tipo de explotación es posible que producciones pequeñas obtengan mejores resultados. Por ejemplo, una explotación de gallinas ponedoras en convencional necesitaría unos 12.000 individuos para ser rentable, mientras que en régimen ecológico serían suficientes 1.500 para que pueda vivir una familia. Estos datos comparativos demuestran que se requiere una menor inversión para obtener más valor añadido.

LOS EJEMPLOS

-¿Puedes ponernos algún ejemplo de entidad, empresa y/o iniciativa de autónomos que haya tenido éxito en el marco rural y que haya fijado población en pueblos "desprotegidos"?

-Habría infinidad de ejemplos a lo largo y ancho del territorio español. Como, por ejemplo, "Almendras Morales", empresa familiar cuya cuarta generación sigue produciendo almendras, con un volumen de negocio de 120 millones de euros, que se ubica en una aldea de 400 habitantes (Zamoranos) de Priego de Córdoba. Pero me centraría en dos ejemplos, uno fundamentalmente ganadero y otro agrícola.

- **Peñarrubia del Alto Guadiana,** Ossa de Montiel (Albacete): Francisca Muñoz heredó una destilería artesanal de esencias en este pueblo de 2.500 habitantes y la ha convertido en la actualidad en una empresa, en ecológico, exportadora (que vende a Francia, Suiza, Austria, Holanda, Alemania y Estados Unidos), comercial y turística, que factura 1,2 millones de euros anuales, genera 12 puestos de trabajo fijos y decenas de temporales. Su secreto, abrirse hueco en el mercado, conectando con una demanda muy selecta, a la que se ha enfrentado mediante la diversificación y la integración de cultivos nuevos, como alternativa a los tradicionales de la zona (fundamentalmente, cereal de secano).
  Su iniciativa y empuje le valieron la distinción, en 2016, del Premio de Excelencia a la Innovación para Mujeres Rurales, que concede el Ministerio de Agricultura español. Sus productos ecológicos se utilizan en gastronomía, farmacia, cosmética, medicina y herboristería. Genera lavanda, espliego o manzanilla, ñoras o pimentón y derivados de la vid y el olivar. Vende una larga lista de esencias de romero, jara, eucalipto, naranja, bergamota, menta piperita o lemongrass.
- **Finca Montefrío**, en Cortegana (Huelva): Ubicada en el Parque Natural de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, es una granja ecológica familiar, que se dedica a la crianza del cerdo ibérico de bellota y ecológico. Produce jamones (100% ibéricos, de bellota y con certificación ecológica) y todos los productos derivados de este animal (con certificado de Denominación de Origen Jamón de Jabugo, etiqueta negra y calidad SUMMUM, en jamones y paletas, con salado exclusivo en sal marina, hasta patés artesanales). Además, y en paralelo, realiza actividades con otros animales como cabras, gallinas, dos burros, un caballo, conejos o palomas, para conseguir una granja sostenible. También cuenta con 4 casas de turismo rural, para fomentar experiencias exclusivas en familia, con propuestas de "agroecoturismo", en las que realizan actividades de senderismo interpretativo o talleres de elaboración de pan en horno de leña, de quesos, etc.

Foto: EcoArchivo

Álvaro Barrera, al frente de Ecovalia

LA ADMINISTRACIÓN

-¿De qué manera piensa que la Administración debería ayudar a fijar población rural en el marco de la agricultura y la ganadería ecológicas?

-La Administración debería facilitarle la vida a quien se decide a poner en marcha en zonas rurales una explotación agro-ganadera en ecológico, y también el emprendimiento. Por una parte, debería adaptar la normativa adecuadamente al entorno. Y acondicionarla para ofrecer las mismas oportunidades a los pueblos pequeños que se ofrecen en los grandes. Asimismo, se debería hacer un esfuerzo para implantar una red de fibra óptica o mejorar las conexiones vía internet, para que no haya más diferencias en términos de comunicación y herramientas comerciales, entre quienes deciden implantarse en pueblos pequeños y quienes lo hacen en cabeceras de comarca o pueblos de mayor tamaño. Así se podría acercar también la "administración electrónica" a asentamientos pequeños de población y a pueblos amenazados por la despoblación. No tiene sentido que sigamos teniendo que acudir a las grandes ciudades para pedir permisos o realizar trámites burocráticos y administrativos.

-¿Qué podemos hacer para fomentar los circuitos cortos y directos de distribución que ayuden a fijar población en entornos rurales?

-En primer lugar, habría que decir que la mayoría de las empresas que se implantan en el entorno rural tienen carácter agroalimentario. Por este motivo, pensamos que lo primero que habría que hacer es crear una Ley de Comercio Directo, que potencie el canal corto de comercialización y facilite y simplifique los controles sanitarios y de higiene que permitan la venta directa de la producción generada en núcleos habitados amenazados por la despoblación.

-En España, la gente del mundo rural ya es consciente de que la agricultura ecológica es buena para el futuro del pueblo, ¿verdad? ¿Algún ejemplo, alguna anécdota?

-Cuando acudíamos, a finales de los años 80, a los sitios a hablar de la agricultura ecológica, todo el mundo nos miraba raro y los representantes de las Administraciones sonreían. Hoy, todo el mundo nos convoca y está deseando que acudamos a hablar de producción en ecológico. Nadie cuestiona ya que la agricultura ecológica será el futuro, porque ya es un presente real, palpable y fundamental. Además, el 80% de los jóvenes agricultores que empiezan a trabajar a día de hoy lo hacen a través de la agricultura ecológica. Y el resto de los empresarios agrícolas, están formados en producción ecológica. Hay productos, incluso, como la almendra, que actualmente se demanda sólo en ecológico. De la otra ya no se quiere. Hace 20 años no había formación reglada en esta materia. Hoy, todas las universidades españolas imparten títulos oficiales en producción ecológica, Valencia, Barcelona, Madrid…

RIESGOS

-El gobierno de España resalta que el riesgo de despoblación rural es bajo "gracias a las políticas de desarrollo". ¿Qué opina usted? ¿Qué zonas corren más riesgo y de qué manera intervendría usted, si estuviera en sus manos, para que los pueblos de menos de 1.000 habitantes no lleguen a desaparecer?

-El gobierno de España cuenta con una Política Estratégica del Medio Rural, pero hay que hacer un Plan Estratégico Nacional contra la Despoblación Rural. Eso es una realidad. Y hay que desarrollar y poner sobre la mesa una agenda de trabajo actualizada y realista, para aquellas zonas del país que sufren una mayor amenaza de despoblamiento: se trate de Sierra Morena o Castilla y León, Castilla la Mancha, la provincia de Segovia o cualquier otra ubicación del territorio español.

-¿Cuál es el principal peligro de la despoblación en su opinión? O cuáles…

-El principal peligro sería no garantizar la satisfacción de los servicios que necesitan aquellas personas que permanecen en las áreas rurales. Porque eso las obligaría a salir de ellas y acudir a las ciudades. Y el incremento de esas ciudades podría implicar más problemas de convivencia. Si no se pone freno a la despoblación rural se contribuiría también a una muerte lenta y silenciosa, no sólo de esos pueblos o aldeas deshabitados, sino de todo el país. Un entorno rural vivo significa agua para todos, energía para todos y, lógicamente, alimentación. Su deterioro implica pérdida de bienestar para todos y el cosmopolita, el ciudadano urbanita, no es consciente de que lo que pasa en los pueblos le afecta, de que existe interacción e influencia entre la ciudad y el entorno rural. Y el verdadero problema es que pueda darse cuenta de esto cuando ya sea tarde.

P. Bolaño

Foto: EcoArchivo

Jóvenes ganaderos asociados a Ecovalia

UN FUTURO ECOLÓGICO
UNA GRAN OPORTUNIDAD

-¿Cómo imagina un futuro ecológico en una España con pueblos vivos y conscientes…? Deme algunos detalles…

-Es que si no es así no habrá futuro. Porque la producción ecológica es la oportunidad que tiene un país como el nuestro, de clima mediterráneo, para luchar, no sólo contra la despoblación rural, sino también contra los efectos adversos del cambio climático, por ejemplo, y de hacerlo esgrimiendo una herramienta que posibilita, también, la generación de valor añadido y de un incremento del PIB de todos.

www.ecovalia.org

PRODUCTOS "BIO" EN ANDALUCÍA

NO SE AMA LO QUE NO SE CONOCE

En este artículo de opinión, Pablo Bolaño resume cuál es el estado de la cuestión en el sector ecológico andaluz. Continúa estando la producción muy por encima del consumo. De ahí la enorme relevancia de BioCultura, que es capaz de situar al alimento ecológico en el centro del huracán mediático.

Toda información es importante si está conectada a otra

Umberto Eco

Andalucía puede presumir de agricultura ecológica. Sin embargo, los alimentos que se producen y/o elaboran en Andalucía, en general, no se consumen en la comunidad andaluza. Salvo un porcentaje muy pequeño. La realidad es que se exportan. Principalmente, a Europa. Andalucía es la huerta ecológica de la UE, pero los ciudadanos de Despeñaperros para abajo conocen y valoran poco, todavía, la alimentación orgánica (aunque el asunto está en plena transformación y los cambios son muy acelerados). Según datos oficiales de 2016, sólo un 1 por ciento de los alimentos que se ingieren en esta comunidad tienen la condición de ecológicos. Se producen pero se consumen fuera. Sin embargo, el territorio andaluz cuenta con más de un millón de hectáreas certificadas, lo que representa un 50 por ciento del total de España. En ese sentido, Andalucía es líder sin lugar a dudas. En consumo, no obstante, está a la cola. Su producción está dirigida en un 90 por ciento a los mercados internacionales. Cereales, olivar, pastos y frutos secos han experimentado los mayores crecimientos en los últimos años.

"DÉBIL CONSUMO INTERNO"

El Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía decidió en 2016 destinar 208,57 millones de euros a las ayudas a la agricultura ecológica incluidas en el Programa de Desarrollo Rural 2016-2020. Tras las elecciones y los cambios en la Junta, no sabemos qué va a pasar con esas ayudas, que, no siendo la panacea, resultaban un estímulo para el sector. Esperemos que los nuevos gobernantes andaluces sigan apostando por la agricultura ecológica para el campo andaluz. En ese sentido, Andalucía, bajo la supremacía socialista, ha sido un faro de luz para la producción orgánica en España. Esperemos que los cambios sean para mejor y que no se detengan las ayudas y los incentivos que han funcionado hasta la fecha.

Según la Junta, en su momento, el plan tenía, entre sus principales novedades respecto a las anteriores estrategias, "ampliar las medidas incentivadoras para compensar el débil consumo interno de productos ecológicos", que se sitúa muy por debajo de las medias europeas y norteamericana y apenas representa, como hemos dicho, un 1 por ciento del total, «en contraste con la fortaleza productora y exportadora del sector», según los responsables de la Junta hace dos años. Y aquí es donde BioCultura tiene mucho que decir, señores/as.

Foto: EcoArchivo

Ángeles Parra contesta a la preguntas de los periodistas en uno de los actos de presentación de BioCultura

SI NO APARECES... NO EXISTES

Hoy, las "guerras" se libran en los medios de comunicación. Si no apareces en ellos, no existes. La ciudadanía accede a una supuesta realidad a través de los medios de masas y de las redes sociales. Acceder a los medios no es fácil. La competencia es brutal. Los periodistas, incluso aquellos que trabajan en los medios más humildes, reciben cada día miles y miles de mensajes, emails, llamadas… con convocatorias de todo tipo, incluso algunas muy surrealistas. Las empresas, las instituciones, los artistas y hasta las ONG's no saben ya cómo llamar la atención de los medios informativos. Una de las mejores formas de hacerlo es una feria. Hay mucho consenso en ello. El arte contemporáneo aparece en TV cuando se celebra Arco. La moda protagoniza los informativos y los rotativos con la puesta en escena de Momad. Y la alimentación ecológica aterriza en los titulares y en las redes cuando se lleva a cabo BioCultura, lo que, a su vez, amplía la información que tiene el público de este tipo de productos a través de la navegación virtual. No hay especialista que no diga lo mismo: para que aumente el consumo de un determinado producto o productos, es de enorme trascendencia la difusión, la promoción, la democratización mediática. BioCultura cumple sus funciones en todos los sentidos.

INFORMACIÓN "IN SITU"

Además, una parte importante de la ciudadanía, una parte nada despreciable, accede también a esa información "por vía venosa", in situ. E, incluso en el mundo tecnológico más avanzado, no hay que infravalorar "el boca-oreja". Las personas que acuden a BioCultura salen renovadas y con una visión ilusionante y esperanzadora del mundo ecológico y de su poder transformador en lo sanitario, en lo social, en lo eco-nómico… Esas personas, luego, en sus casas, en sus familias, en sus puestos de trabajo, "contagian" a otras. Ese boca-oreja ha funcionado durante muchos años y sigue funcionando y, sin lugar a dudas, también tiene sus positivas repercusiones en el consumo interno. Al fin y al cabo, cuando no existían redes sociales ni tantas cadenas televisivas, BioCultura ejerció un cada vez mayor poder de atracción para el público y es eso, entre otras cosas, lo que ha permitido el éxito del sector "bio" y el que hoy, para muchas grandes empresas, ese sector sea "un nicho de mercado". Aunque parezca mentira, no todo es virtual todavía: hay oasis aún, y BioCultura es uno de ellos, una feria "real", con gente "de verdad" (con sus virtudes y sus defectos), con alimentos como los de antes, con relaciones humanas verdaderas y con una eco-nomía que huye de la usura, de la especulación y de la frivolidad.

Pablo Bolaño

Foto: EcoArchivo

BioCultura sabe llevar la realidad del sector ecológico a los titulares de los medios informativos

ecoticias.com

el periódico verde

6.000.000 Visitas - Año.

50.000 Suscriptores al Boletín (diario).

125.000 Seguidores en las Redes Sociales.

150.000 Noticias Editadas.

¿HABLAMOS?

MAMATERRA

"HAY QUE EDUCAR A LOS NIÑOS EN UN FUTURO PACÍFICO, SOSTENIBLE, ARMÓNICO Y AMOROSO"

MamaTerra, Festival Ecológico de la Infancia, es un certamen que se lleva a cabo en todas las ediciones de BioCultura (Madrid, Barcelona, Valencia, Bilbao, Sevilla, A Coruña). Su objetivo es que los niños, y las familias, tengan un contacto directo con la alimentación ecológica, la salud natural, la sostenibilidad, el reciclaje, la ecología profunda, el amor por la Naturaleza… Mediante juegos y diversos tipos de ejercicios, niños y familias entran en la rueda de la ecología de la forma más natural posible… Hablamos con Ángeles Parra, directora de BioCultura y, por ende, de MamaTerra.

MamaTerra nació, hace ahora 14 años, a raíz de un festival de nanas del mundo que organizó The Ecologist dentro de BioCultura y que tenía por objetivo promocionar (también con un disco que recopiló a grandes artistas como Pascal Comelade, Lole y Manuel o Robert Wyatt) la lactancia materna, el parto no medicalizado y la crianza natural. Desde aquello ha llovido mucho y MamaTerra se ha convertido en un pilar de las actividades paralelas de la feria: aquellas actividades que, desde el ocio y el entretenimiento, también nos forman y nos educan. Y, en este caso, desde la más tierna infancia.

-¿Cómo ha evolucionado MamaTerra?

-Como ya sabes, nació como un festival de nanas. Luego, ha ido evolucionando. No sólo es un pequeño festival para niños. También lo es para las familias. Hay muchas actividades compartidas para los niños/as y los padres/madres y/o abuelos/abuelas. Yo diría que esa es su principal seña de identidad en la actualidad. Nació como una actividad para bebés y sus mamás y pronto evolucionó hacia una programación dirigida principalmente a los niños/as y las familias, pero no exclusivamente.

LA ALIMENTACIÓN

-¿La alimentación sería la principal protagonista de MamaTerra?

-Efectivamente. Hay que tener en cuenta que MamaTerra está enmarcado en BioCultura y la feria es principalmente una feria dedicada a la alimentación ecológica. Pero los niños/as y las familias que asisten a MamaTerra encontrarán también actividades y talleres en los que el protagonista es el reciclaje, el huerto, la cocina, etc. Insistimos mucho en que los talleres sean prácticos. Los niños aprenden jugando.

-¿Los niños pueden también educar a sus familias?

-Exactamente. De eso se trata. Es posible que haya niños que acuden a MamaTerra que tengan familias no especialmente preocupadas por la alimentación. Estos niños y niñas van a llevar a su casa conceptos, nociones, hábitos… que transformarán la cocina familiar. Lo mismo con el reciclaje, con el trato a los animales, etc.

Foto: EcoArchivo

MamaTerra es ya uno de los pilares de BioCultura

EL FUTURO

-¿Los niños son el futuro?

-Sí. Ellos serán ecoemprendedores, consumidores, políticos, médicos, profesores… responsables, conscientes y sensibles. Para crear una sociedad responsable es básico contar con una educación de calidad. Cada uno contribuye de la manera que puede. Los padres, los educadores, los medios de información (que, a veces, desinforman más que informan). Nosotros, con MamaTerra, queremos contribuir con nuestro grano de arena a que los niños y sus familias se preocupen por tener una alimentación ecológica, de temporada, artesanal, lo más local posible, más vegetal que animal… Los niños que hayan vivido esto en su infancia estarán más preparados, de adultos, para actuar de la forma más sostenible en aquellas tareas que lleven a cabo: como consumidores, como empresarios, como gestores…

-¿MamaTerra es sembrar esperanza?

-La esperanza es lo último que se pierde. Y, más concretamente, en el tema de la sostenibilidad, el pecado más fuerte hoy es perder la ilusión. No hemos llegado todavía al punto de no retorno ni en cambio climático, ni en los demás temas que nos asuelan. Si seguimos pensando con esperanza, a pesar de las grandes crisis a las que nos vamos a enfrentar, nuestra especie tiene futuro… Hay que educar a los niños en un futuro pacífico, sostenible, armónico y amoroso. Hay que seguir en ello. Incluso si estuviéramos ya al borde del precipicio.

LOS MONITORES

-¿Puedes hablarnos de los monitores de MamaTerra?

-Son gente muy preparada. Cada uno es experto en lo suyo. No son azafatas y/o azafatos que están ahí para vigilar que los niños hagan alguna trastada y ya está. No. Son monitores con un aprendizaje concreto que se saben manejar con niños que conocen las materias que estamos tratando. Si vas a hacer una tarea, hazla bien. MamaTerra no son cuatro hinchables y ya está. Nada de eso. Todo gira en torno a la sostenibilidad y todos estamos muy concienciados. También ocurre lo mismo con las obras de teatro, las películas o los conciertos que se programan. Todo está enfocado hacia la misma diana. Queremos que nuestros hijos/as sean responsables el día de mañana y que sean capaces de pensar por sí mismos…

-¿Puedes hacer un resumen de todos estos años de MamaTerra? ¿Alguna anécdota?

-Bueno… Algunos de los niños que visitaron las primeras ediciones de MamaTerra son ahora adolescentes. El otro día hablaba con una persona que viene a BioCultura BCN desde hace muchos años. Sus hijos han pasado por las diferentes ediciones de MamaTerra. Ahora tienen edades comprometidas. Resulta que no son adolescentes conflictivos pero sí que les gusta llevarle la contraria a su madre en muchas cosas. Y resulta, también, que en algunos temas se han convertido en ecoactivistas muy comprometidos, más que su propia madre. Y ahora le reprochan a ella que no todo lo hace tan bien como cree. Y le han pedido que se haga ovolacteovegetariana… La madre me dijo: "No tendría que haberlos llevado a MamaTerra… ja ja ja"…. Y otra adolescente me dijo hace poco: "En los recuerdos de mi infancia siempre MamaTerra está presente, y sobre todo la ecochef".

Carolina Sánchez

Foto: EcoArchivo

Aprendiendo desde pequeños….

ESTABLECIMIENTOS RECOMENDADOS

A CORUÑA
A CORUÑA HORTA+SÁ
hortaisabel@@yahoo.es / 981 285 021 / www.hortamaissa.es
A CORUÑA LA ALDEA BIOMARKET
info@laaldeabiomarket.com / 981 976 165 /
www.laaldeabiomarket.com
A CORUÑA SALUD SHOP
info@saludshop.eu / 981 298 944 / www.saludshop.eu
A CORUÑA TENDA ECOLOXICA EQUILIBRIO
equilibrio@tendaecoloxica.com / 881 898 788
www.tendaecoloxica.com

ÁLAVA
VITORIA TIERRA VIVA
tierravivanorte@gmail.com / 945 279 926 / www.tierra-viva.es

ALICANTE
ALICANTE VERUM NATURA (tienda física y online)
info@verumnatura.com / 637 616 904 / www.verumnatura.com
MUCHAMIEL PLANETA HUERTO
ayuda@planetahuerto.es / 966 371 130 / www.planetahuerto.es

ALMERÍA
EL EJIDO COSMÉTICA NATURAL CASERA SHOP (online)
info@cremas-caseras.es / 950 576 162 / www.cremas-caseras.es

BARCELONA
BARCELONA AGUAPUR - H2OPOINT
info@aguapur.com / www.aguapur.com / 902 252 900
BARCELONA AMAPOLA BIOCOSMETICS (tienda física y online)
cosmetica@amapolabio.com / 935 131 292 / amapolabio.com
BARCELONA AMATUSALUD (tienda física y online)
amatusalud@amatusalud.com / 933 322 189 / amatusalud.es
BARCELONA BIOCENTER RESTAURANTE
info@restaurantebiocenter.es 933 014 583
www.restaurantebiocenter.es
BARCELONA BIOSPACE
info@biospace.es / 934 531 573 / www.biospace.es
BARCELONA BLAU I VERD
blauiverd@hotmail.es / 934 207 396
www.facebook.com/herbolariblauiverd
BARCELONA BODEVICI, GELATS I IOGURTS ECOLÒGICS
info@bodevici.es / www.bodevici.es
BARCELONA GATA COSMETICA ORGÁNICA
gatacosmeticaorganica@gmail.com / 931 483 220
www.gatacosmeticaorganica.com
BARCELONA NATURA SIBERICA
naturasibericaes@gmail.com / 932 529 379
www.naturasiberica.ru
CALDES DE MONTBUÍ CICLE VITAL
infociclevital@gmail.com / 938 654 500 / www.ciclevital.com
LA GARRIGA BOTIGA NANA
info@nana.cat / 937 322 601 / www.nana.cat
MANRESA CENTRE BIOLOGIC L'ARREL
arrelarrel@hotmail.com / 938 746 106
RUBÍ FONT DE VIDA (tienda física y online)
fontdevida@cevagraf.coop / 662 300 401 / www.fontdevida.com
SANTA MARIA PALAUTORDERA AGUA, TRATAMIENTO NATURAL
agua@aguanatural.com / 972 874 026 / www.aguanatural.com
SANT BOI DE LLOBREGAT GRANUM ORGANIC (online)
granum@granumorganic.com / 687 270 337
www.granumorganic.com
SANT JUST DESVERN
ECOALGRANO-LLÉNATE DE VIDA (online)
info@ecoalgrano.com / 640 582 676 / www.ecoalgrano.com
VIC BOTIGA NANA
info@nana.cat / 938 868 648 / www.nana.cat
VILANOVA I LA GELTRÚ TU HABITAT SALUDABLE
693 734 764 / www.carlessuria.com

CANTABRIA
CABEZÓN DE LA SAL LA SALUD I
lasaludcabezon@hotmail.com / 942 700 166
TORRELAVEGA LA SALUD II
lasaludtorrelavega@hotmail.com / 942 806 144
SANTANDER LA SALUD III
lasaludIII@hotmail.com / 942 052 253
www.lasaludsantander.com

CÓRDOBA
PALMA DEL RÍO NARANJAS ECOLÓGICAS BIOVALLE (online)
naranjas@biovalle.es / 686 892 064 / htp://biovalle.es

GIRONA
BLANES FARMASALUT
info@farmasaut.cat / 972 359 171 / www.farmasalut.cat
FIGUERES BOTIGA NANA
info@nana.cat / www.nana.cat / 972 508 801
GERONA BOTIGA NANA
info@nana.cat / www.nana.cat / 972 426 405
OLOT BOTIGA NANA
info@nana.cat / www.nana.cat / 972 273 952
PALAMÓS BOTIGA NANA
info@nana.cat / www.nana.cat / 972 600 675
PLATJA D'ARO BOTIGA NANA
info@nana.cat / www.nana.cat / 972 825 085
SANTA CRISTINA D'ARO ORGANIC COTTON COLOURS
info@organiccottoncolours.com / 972 835 995
www.organiccottoncolours.com

GUIPÚZCOA
EIBAR NATURAL BIO-DENDA
naturalbiodenda@gmail.com / 943 567 159
www.naturalbiodenda.com
HONDARRIBIA TXUNTXUMELABIO
biotxuntxumela@gmail.com / 943 641 450 / txuntxumela.com
SAN SEBASTIÁN MISOHI COSMÉTICA (online)
info@misohi.com / 943 570 345 / www.misohicosmetica.com
ZARAUTZ BERISTAIN PRODUKTU EKOLOGIKOAK
amaia@beristain.es / 943 980 690 / www.beristain.es

HUELVA
JABUGO JAMONES ECOLÓGICOS DE JABUGO - DEHESA MALADUA (online)
info@dehesamaladua.bio / 959 503 228 / dehesamaladua.bio

JAÉN
ALCALÁ LA REAL CONASI, VIVE COCINA NATURAL (online)
info@conasi.eu / 953 102 560 / www.conasi.eu

LA RIOJA
LOGROÑO ARCO IRIS
info@arcoirisherbolario.com / 941 258 631
www.arcoirisherbolario.com
LOGROÑO EL ARBOLITO
clientes@arbolito.net / 941 209 214 / www.arbolito.net

LEÓN
LEÓN BIO VÉRTICE-MERKABIO (online)
info@merkabio.com / 987 900 002 / www.merkabio.com
LEÓN LA CESTA BIOLÓGICA
pcshambhala@yahoo.es / 987 235 286 /
www.pymesleon.com/cestabiologica
REQUEJO DEL PRADORREY LA CASA DEL ARZIPRESTE
lacasadelarzipreste@gmail.com / 687 564 043
wwwlacasadelarzipreste.com

MADRID
ALCALÁ DE HENARES ECONOMATO MACABEO
emacabeo@grupema.eu / 911 379 223
www.economatomacabeo.eu
ALCOBENDAS ESPACIO ORGÁNICO
info@espacioorganico.com / 916 572 515
www.espacioorganico.com
ARAVACA ECONOMATO MACABEO
emacabeo@grupema.eu / 913 070 799
www.economatomacabeo.eu
COLLADO VILLALBA ECONOMATO MACABEO
emacabeo@grupema.eu / 918 519 600
www.economatomacabeo.eu
CHINCHÓN LA RUTA NATURAL
676 918 607 / www.perihelio.com
GUADALIX DE LA SIERRA SELECCIÓN NATURAL (online)
seleccionatural@seleccionatural.es / 918 471 566
www.seleccionatural.es
MADRID BIOFERTA - Cosmética Ecológica (online)
bioferta@gmail.com / www.bioferta.com
MADRID CUCUTOYS (online)
cucutoys@gmail.com / 911 412 314 / www.cucutoys.es
MADRID ECOCENTRO
eco@ecocentro.es / www.ecocentro.es / 915535502
MADRID EL BAOBAB VERDE
info@elbaobabverde.com / 918 652 416 / elbaobabverde.com
MADRID ESCUELA ECONSENTIDOS
escuela@econsentidos.com / 911 129 187 / econsentidos.com
MADRID NATURASI (Argüelles-Moncloa)
info@naturasi.es / 915 445 663 / www.naturasi.es
MADRID NATURASI (Dr. Fleming)
info@naturasi.es / www.naturasi.es / 914583254
MADRID VITAESENCIA (online)
www.vitaesencia.com / 660 267 975
MAJADAHONDA ECONOMATO MACABEO
emacabeo@grupema.eu / 916 340 407 / economatomacabeo.eu
MORALZARZAL ECONOMATO MACABEO
emacabeo@grupema.eu / 918 578 625 / economatomacabeo.eu
MÓSTOLES TU HUERTO ECOLÓGICO "EL FRESNEDAL"
info@tuhuertoecologico.es / 916 164 578 / tuhuertoecologico.es
RIVAS-VACIAMADRID BESANA SOC.COOP.
besanacoop@gmail.com / 914 995 451
www.cooperativabesana.blogspot.com
RIVAS-VACIAMADRID LA MIMATECA (online)
hola@lamimateca.es / 644 411 595 / www.lamimateca.es

MÁLAGA
FUENGIROLA BIONATURA FUENGIROLA
info@bionatura.es / 952660757 / www.bionatura.es
MÁLAGA NATURAL ALOE
correo@herboristeriaaloe.com / 952 254 960

MURCIA
ALCANTARILLA GREEN PLANET SHOP
j.marin@greenplanetshop.com / www.greenplanetshop.com
673 535 191
MURCIA BIOSHOP
bioshop@coato.com / wwcoato.com / 968424621

NAVARRA
IRURZUN VEOBIO (online)
info@veobio.es / 948 500 772 / www.veobio.com
PAMPLONA EKODENDA EKIA
ekodendaekia@gmail.com / 948 173 150 / www.ekodendaekia.com

PONTEVEDRA
A ESTRADA SANOBIO (online)
tiendasanobio@gmail.com /www.sanobio.es / 676 819 842
VIGO VERDE BIOLETA VIGO (tienda física y online)
pedidos@verdebioleta.es / 986 493 617 / www.verdebioleta.es

SEGOVIA
SEGOVIA IMAGINA...T
info@imagina-t.es / 921 441 995 / imagina-t.es

SEVILLA
LOS PALACIOS Y VILLAFRANCA RITUALES CENTRO HOLÍSTICO
mercedesgomezrituales@hotmail.com / 660 371 084
rituales-holisticos.com
SEVILLA ECOVIDASOLAR
tienda@ecovidasolar.es / 954 323 507 / www.ecovidasolar.es

TARRAGONA
REUS VIU L´ECOLOGIC
info@viulecologic.cat / 630 927 855 / www.viulecologic.cat

VALENCIA
CARCAIXENT NARANJASECOLOGICAS.COM (online)
jordi@naranjasecologicas.com / 962 460 929 /
www.naranjasecologicas.com
VALENCIA PUNT DE SABOR
info@puntdesabor.com / 963 536 080 / www.puntdesabor.com

VIZCAYA
BILBAO TIERRA VIVA
tierravivanorte@gmail.com / 944 248 441 / www.tierra-viva.es

ZARAGOZA
ZARAGOZA BIO BIO ZARAGOZA
info@biobiozaragoza.es / 979 901 738 / www.biobiozaragoza.es
ZARAGOZA LA NATURAL
info@la-natural.es / 976 359 283 / www.la-natural.es

Más información: 935 800 818 recomendados@vidasana.org www.vidasana.org

LA ORTIGA

"NUESTRO OBJETIVO PRINCIPAL ES EL FOMENTO DEL CONSUMO ECOLÓGICO"

La Ortiga es una cooperativa de consumo ecológico que nació en Sevilla hace más de 25 años. Es un proyecto colectivo de consumo que apuesta por la producción ecológica y por la agricultura campesina. Es una iniciativa de economía solidaria tanto en sus valores como en su relación con sus productores y productoras y con sus trabajadoras y trabajadores. En estos momentos tiene dos tiendas abiertas a todo el público y cuenta con una base social de más de 400 personas socias activas. Se acerca BioCultura Sevilla y queremos, con esta serie de entrevistas, tomarle el pulso al sector "bio" andaluz. Sara B. Peña charló con Alejandro Brome, socio consumidor y miembro de la Vocalía de Calidad de la entidad.

Foto: EcoArchivo

La Ortiga cumple este año 25 primaveras de coherencia y resistencia

Foto: EcoArchivo

Productos ecológicos, locales, campesinos, de proximidad...

-¿Cuándo y cómo empezó La Ortiga?
-La Ortiga nació a principios de la década de los 90 de la mano de un grupo de productores y productoras agroecológicas pioneos/as en esta forma de producir alimentos, con un fuerte compromiso con el medio ambiente y la salud. En esos años no había ninguna actividad de comercialización de alimentos ecológicos y estos productores, con el apoyo de personas del ámbito universitario y de la ecología, apostaron por la creación de esta primera iniciativa de canal corto de comercialización ecológica.

LA EVOLUCIÓN

-¿Os habéis ido reinventando?
-Ha sido un largo proceso de construcción y adaptación a cada momento. La iniciativa comenzó como asociación, con una actividad gestionada totalmente por personas voluntarias, y con el tiempo nos constituimos en sociedad cooperativa de consumo, con dos tiendas abiertas al público y 6 personas trabajadoras que realizan la actividad económica de comercialización de alimentos. Esto no ha significado ni una pérdida de nuestros valores iniciales, ni dejar de ser un proyecto colectivo, promovido y gestionado por sus personas socias, consumidoras y trabajadoras.

-¿Cómo funciona la cooperativa?
-La actividad económica de comercialización, es decir, las compras, las ventas, la gestión del almacén y la administración, es gestionada por las personas trabajadoras. La definición de las líneas estratégicas, la supervisión de la marcha de la actividad y las actividades exteriores la llevan personas voluntarias, ya sean consumidoras o trabajadoras, que forman parte del consejo rector de la cooperativa y de las vocalías. Y, como en todas las cooperativas, la asamblea general de socios/as es el órgano que expresa la voluntad de todo el colectivo y elige a los miembros del consejo rector.

LA FILOSOFÍA

-¿Cuál es vuestra finalidad y filosofía en la cooperativa?
-Nuestro objetivo principal es el fomento del consumo ecológico, el apoyo a la producción ecológica, la defensa de nuestro medio ambiente y la protección de nuestra salud. Apostamos por la producción campesina y lo más local posible. Además creemos en un modelo de economía social y solidaria, hecho desde y para las personas, en el que es muy importante la participación, la construcción colectiva y la ética en todas nuestras acciones y decisiones.

-¿Cómo veis actualmente el consumo ecológico en Andalucía y el mundo de las cooperativas en el estado español?
-Es un momento complejo, de incremento del consumo ecológico y de desembarco de las grandes empresas comercializadoras en el sector, aunque en Andalucía este incremento del consumo se está produciendo a un ritmo mucho más pausado que en el resto del Estado. Esto significa que las cooperativas e iniciativas de comercialización colectiva tienen que adaptarse a una nueva realidad de gran competitividad, que conlleva riesgos importantes.

LA POLÍTICA

-¿Los cambios políticos en Andalucía van a ser un problema para el sector ecológico?
-Entendemos que no debería afectar especialmente al sector ecológico. En cualquier caso, y aunque se pueda pensar lo contrario, las producciones campesinas y las iniciativas como la nuestra llevamos más de 10 años recibiendo cero euros de ayudas públicas.

-¿Que productos tenéis en La Ortiga? ¿Alguna tendencia en particular?
-En general toda la variedad de alimentos que existen en producción ecológica, es decir, prácticamente de toda la gama de alimentos, teniendo en cuenta la diferencia que existe entre la diversidad de la oferta ecológica y la convencional.

BIOCULTURA SEVILLA

-¿Qué vais a hacer exactamente en BioCultura Sevilla?
-Darnos a conocer a las personas consumidoras que visiten la feria y presentar nuestra oferta, dando prioridad a la producción de fresco, hortícolas y frutas, de origen andaluz y lo más cercano posible. Al mismo tiempo, es una oportunidad para mantener contactos con nuestros suministradores habituales y para conocer otras iniciativas de producción y comercialización con las que no tenemos contacto actualmente.

Sara B. Peña

LA ORTIGA
TOMA NOTA

Tienda de Sevilla Centro:
c/ Cristo del Buen Fin nº 4
Tel.: 954906306
Tienda de Sevilla Este:
c/ Tigris nº 4
Tel.: 954250678
www.laortiga.com
correo@laortiga.com

UNA ENTIDAD MUY ACTIVA
REAS ANDALUCÍA Y MERCADO SOCIAL DE SEVILLA

-¿En qué diferentes eventos participáis y cómo lo hacéis?
-La Ortiga forma parte de la Federación Andaluza de Organizaciones de Consumo y Producción Ecológica, de REAS Andalucía y del Mercado Social de Sevilla. Estamos participando en las ferias de la economía solidaria que se organizan desde REAS Andalucía y en diferentes jornadas a las que nos invitan a presentar nuestra experiencia, organizadas por otras asociaciones, universidades o entidades públicas.

COSMÉTICA ECOLÓGICA

LAS Y LOS PROTAGONISTAS NOS HABLAN DEL SECTOR

Por primera vez en BioCultura Sevilla toda la cosmética presente en la feria será certificada. Este criterio empezó a aplicarse en BioCultura en 2018 una vez finalizado un plazo de dos años para que todas las empresas que habitualmente acudían a la feria tuvieran tiempo de certificar sus productos. Carolina Sánchez envío un cuestionario a todas las empresas del sector presentes en BioCultura Sevilla y esto es lo que nos han contestado.

La certificación de la cosmética es una garantía para los consumidores frente a las estrategias de publicidad desleales que utilizan algunas empresas en el mercado para vender como ecológica o como natural una cosmética en la que sólo una pequeña parte de sus ingredientes lo son.

A falta de una regulación europea encontramos en el mercado español cosmética certificada por diferentes normas privadas como Cosmos, Natrue o BioVidaSana, esta última impulsada por la Asociación Vida Sana. En BioCultura se admiten productos cosméticos certificados bajo 20 normas diferentes. Todas ellas garantizan que su composición es natural y libre de productos químicos perjudiciales para la salud o el medio ambiente.

Aunque cada norma tiene sus características particulares todas cumplen unos criterios básicos:

- La mayor parte de los ingredientes son naturales o de origen natural. Estamos hablando de un mínimo del 90%.
- No se incluyen materias primas, especialmente compuestos químicos, sobre los que hay dudas sobre su inocuidad para el medio ambiente o la salud de las personas.
- Utilizan procesos de transformación y elaboración respetuosos con el medio ambiente
- Se permiten ingredientes de origen animal siempre que no sean derivados de animales amputados o sacrificados específicamente para la elaboración del cosmético.
- No están testados en animales ni el producto final ni ninguno de sus ingredientes
- No se admiten ingredientes ni procesos que impliquen el uso de tecnologías controvertidas como organismos modificados genéticamente (OGM), nanotecnología o irradiación.

DIFERENTES CATEGORÍAS

Las normas también establecen diferentes categorías de productos cosméticos en función de la cantidad de ingredientes ecológicos certificados que contengan. Normalmente se distingue entre una cosmética natural, sin o con pocos ingredientes ecológicos, y una cosmética ecológica con más del 90% de ingredientes ecológicos.

Nos toca decidir a los consumidores la calidad de la cosmética certificada que vamos a elegir sin olvidar que sólo los ingredientes de origen vegetal y animal se pueden certificar como ecológicos y que la cosmética basada en ingredientes minerales, como mucha de la decorativa, nunca podrá ser cosmética ecológica. Muy importante es poder hablar con el responsable de la elaboración de la cosmética que nos podrá informar de todos estos detalles para elegir con el mejor criterio. Y qué mejor lugar que BioCultura para poder hacerlo. Hemos hablado con algunas de las empresas que van a estar presentes en BioCultura Sevilla y que han querido contestar a nuestro cuestionario.

ANDALUCÍA

Para Eddy Ventura Helou, de Aina de Mô, el consumo de cosmética certificada en Andalucía crece "en coherencia con el resto de España. Nuestros productos sólo se venden en centros de estética, biosalones o peluquerías especializadas en tratamientos ecológicos, en Andalucía y alrededor de toda España. El producto que más nos demandan es nuestro Corrector/Primer 4-en-1. Esperamos en BioCultura Sevilla conocer a mucha gente sensibilizada con la cultura ecológica y ofrecerles una solución saludable y práctica para mejorar su imagen y cuidar su piel".

Foto: EcoArchivo

Pedro Fco. Gea, de Aloeplanteco

Pedro Fco. Gea, de Aleoplanteco, dice: "En Andalucía siempre ha habido menos costumbre de cuidarse con plantas, si lo comparamos con otras comunidades, como Madrid, País Vasco y Catalunya. Ahora el auge del mercado ecológico está ayudando a incrementar el interés y el consumo de la cosmética natural y la ecológica también aquí en Andalucía. Distribuimos a 25 tiendas en toda España de las cuales 11 están en Andalucía. Lo que más nos demandan es toda la cosmética facial, el gel puro de aloe y la pulpa de aloe ingerida. En BioCultura Sevilla queremos seguir apoyando al mundo ecológico, atender a nuestros clientes consolidados y contactar con nuevos".

Foto: EcoArchivo

Ana Isabel de Andrés, AmapolaBio

Ana Isabel de Andrés, de Amapolabio, dice: "La evolución del consumo de productos ecológicos en Andalucía según nuestra experiencia es bastante lenta. Aunque sí existe un interés en este tipo de productos, solamente en las zonas costeras, donde viven muchos extranjeros, se nota efectivamente el crecimiento y la evolución del mercado. En Andalucía tenemos aproximadamente unos 40 puntos de venta y en toda España alrededor de 400. Nuestros productos más demandados son las cremas de protección solar de la línea Amazonia y toda la línea facial, incluida la Leche Limpiadora de Saponaria, una de nuestras referencias más vendidas. En BioCultura Sevilla esperamos afianzar nuestra marca en el territorio andaluz, aumentar nuestros puntos de distribución, y llegar también a los grupos de consumo".

Ana Gutiérrez es administradora de la distribuidora Ananue Salud y Belleza. Ana señala que "lo que esperamos de esta feria es abrir nuevos contactos profesionales en el área andaluza para dar a conocer las firmas que llevamos (Surya Ayurveda, Dulkamara Bamboo, Aina de Mô y La Espiral Verde) a los profesionales y tener la oportunidad de que el público final pueda adquirir nuestros

Foto: EcoArchivo

Ana Gutiérrez, de Ananue

productos porque estamos seguros de su calidad y es una manera de llegar al profesional pero a la inversa; es decir: el público final es el que recomienda a sus puntos de venta habituales y de confianza los productos que ha probado y que le han gustado".

UN MERCADO AL ALZA

Leslie Vilin es la propietaria de Bien y Bio, tienda de cosmética ecológica certificada en Sevilla. Ella dice: "Andalucía no es una excepción. Desde la experiencia que puedo tener a través de la tienda, observo claramente un interés creciente en todos estos últimos años por la cosmética ecológica. Si para algunos de mis clientes se puede decir que se ha democratizado totalmente el uso de estos cosméticos, otros empiezan a descubrirlos y a entender ahora la importancia que tienen para su salud y el medio ambiente. La evolución en este aspecto es muy motivadora pero somos conscientes de que aún hay mucho trabajo de información y de divulgación que hacer para que la cosmética ecológica llegue a todos los hogares. Por suerte o desgracia, muchas veces observo que mis clientes llegan a este tipo de cosmética porque les preocupa el medio ambiente, su salud, por pura curiosidad o porque sufren alergias o enfermedades que requieren un cuidado de lo más suave. La cosmética ecológica responde a todas estas necesidades porque es la única válida para nosotros y para el planeta". Y añade: "El producto que más se pide es de forma genérica la crema hidratante facial, uno de los cosméticos más usados sobre todo por las mujeres, seguida por los productos de higiene en general, como los geles de ducha y los champús. Siempre nos hace mucha ilusión participar en BioCultura Sevilla porque es una excelente ocasión para seguir divulgando información, darnos a conocer, acercar la cosmética ecológica a todos los públicos, y hacerla cada vez más visible y dar a entender su carácter imprescindible y vital en nuestra época más que nunca".

Foto: EcoArchivo

Leslie Vilin es la propietaria de Bien y Bio

Raquel Cachafeiro, de Cosmoética, afirma: "Andalucía crece en hectáreas de producción ecológica y en número de pequeños empresarios que hacen productos de gran calidad en orgánico. Para los consumidores de este sector durante más de 30 años es una gran alegría ver que cada vez crece más también el consumo nacional pero en Andalucía todavía el consumo 'bio' camina más despacio que en otras zonas de España. Esto se debe en parte a que la mayor parte de la producción se ha destinado directamente a la exportación y no ha habido inversión en concienciar sobre los beneficios para la salud humana y del planeta de estos productos. No ha habido voluntad de apoyar los mercados de cercanía. A través de herbolarios, farmacias y parafarmacias hay una demanda estable y creciente gracias a la promoción a través de las redes sociales. Nuestra misión es también informar sobre la toxicidad que afecta al envejecimiento de la piel y hay que decir que ello tiene un importante impacto sobre el ánimo, causando desánimo y depresión. En la era de la toxicidad química que nos asedia es importante enseñar cómo diferenciar lo que nos sienta bien de lo que nos sienta mal y remediar en lo posible los efectos de los bioagresores. Desde Cosmoética y desde Equisalud estamos muy concienciados con esta tarea para el bienestar personal, social y del planeta".

ESPONJAS, MICROCRISTALES Y JOYAS DE LA SIERRA

Antonio Hinojosa está al frente de Esponja Marina que, aunque de otra manera, también es una empresa relacionada con el cuidado de la piel. Antonio señala: "La conciencia ecológica en general en Andalucía está en su momento más álgido. Aunque todavía, a mi parecer, no existen muchos productores, y dependemos de marcas nacionales e internacionales en determinados subsectores.

Foto: EcoArchivo

Antonio Hinojosa, de esponja Marina

Aproximadamente, ahora mismo tenemos unos 70 puntos de venta en todo el estado. La Esponja Marina Mediterránea Honey Comb Familiar es el producto más demandado. En BioCultura Sevilla vamos a dar a conocer este desconocido producto y aumentar nuevos puntos de venta. Y, claro, hacer, como siempre, venta directa al consumidor".

Sonia Fuentes Gonzalez es responsable de la distribuidora de Allure Kristalpad, depilación natural hecha con microcristales de amatista, por lo que es completamente suave y tiene certificado dermatológico. Sonia nos dice: "Efectivamente la revolución ecológica crece en España y afortunadamente en todo el mundo. En Andalucía tenemos 62 puntos de venta actualmente y sigue creciendo, y en toda España unos 180 puntos (y creciendo

también). Nosotros distribuimos solo Allure Kristalpad, cada vez más conocido y demandado. Con eso tenemos suficiente. Como cada vez que participamos en BioCultura lo que vamos a hacer es darnos a conocer cada vez más, que la gente use nuestro producto y lo prueben en el estand y que nos conozcan más tiendas, para poder llegar cada vez a más rincones de nuestra geografía".

Jose Manuel Iriepa es responsable de cultivos y de la recolección de plantas silvestres dentro del Parque Natural de la Sierra de Espadán (Castellón), plantas que posteriormente son usadas en la elaboración de los productos de la marca La Casa de la Luna Media. Él confiesa: "Al igual que en el resto del estado el consumo de cosmética ecológica crece a un buen ritmo en Andalucía empujado por el mayor conocimiento de las consecuencias negativas que tienen los ingredientes de la cosmética convencional sobre el cuerpo humano y el medio ambiente".

Y añade:"Primero fue el aumento de la producción y consumo de la alimentación ecológica y ahora, desde hace ya unos años, le sigue la cosmética, no como una moda, sino como una verdadera toma de conciencia de la responsabilidad que cada persona hemos de tomar sobre nuestra salud y sobre la salud del mundo que nos rodea".

Y sigue: "Nuestros productos se comercializan en toda España en tiendas especializadas de cosmética ecológica, sobre todo en tiendas que por su modelo de negocio y filosofía son semejantes al modelo de La Casa de la Luna Media, pequeñas tiendas que apuestan por marcas cercanas y que buscan productos auténticos, de calidad y con un alto porcentaje de ingredientes procedentes de la agricultura ecológica. Todos nuestros productos están certificados por Bio.Inspecta en categoría I (más del 90% de los ingredientes proceden de agricultura ecológica). Recientemente nos han otorgado el distintivo 'ECO-Plus' como reconocimiento a la calidad y al altísimo porcentaje de ingredientes ecológicos que contienen.

SALONES, MARCAS PROPIAS Y PIELES SANAS

Cecilia Morales es la fundadora y propietaria de La Beauté de l'Ame: "En Andalucía la cosmética ecológica aún tiene muy poco peso. Si bien Andalucía es una de las principales comunidades en el sector ecológico en cuanto a agricultura, en el sector de la belleza tiene mucho

Foto: EcoArchivo

Cecilia, la Beauté de l'Ame

camino por delante todavía, siendo un mercado que está sin duda en continuo crecimiento. Afortunadamente el consumidor cada vez está más informado y más concienciado y estas son las dos claves para que el sector crezca y se consolide. En Andalucía estamos con dos salones de belleza propios en Sevilla y en Madrid tenemos tres. La joya de la corona es nuestra firma propia de cosmética que es 100% ecológica y vegana, además de nuestros tratamientos de belleza, que son igualmente veganos y ecológicos. En la feria queremos dar a conocer nuestra firma y concienciar sobre el consumo responsable, sostenible y ecológico".

Por otro lado, Pilar Hidalgo, de PielSana, nos afirma: "Creemos que, en general, no sólo en Andalucía sino en toda España… el consumo de cosmética ecológica va en aumento. Quizás la cosmética, como PielSana, que es específica para el cuidado y tratamiento de enfermedades de la piel, no sea tan conocida aunque lo que sí es cierto es que cada vez hay más público que demanda este tipo de cosmética. Actualmente en Andalucía tenemos demanda de público particular, pero todavía no tenemos distribución en la zona. En el resto de España, tenemos pocos puntos de distribución, ya que es una tarea pendiente. Para ello creemos que es importante plataformas como BioCultura, para ayudarnos a darnos a conocer. Los productos relacionados con eccemas, psoriasis y manchas son los que más nos demandan. En realidad, todos nuestros productos son válidos para llevar a cabo procesos en cada tratamiento. Estos son los más destacados: Champú-Gel Ortiga y Bardana, Crema Regeneradora, Crema Ginkgo y Crema Facial Rosas".

RINGANA Y YEIDRA

Arelis Rizo, desde Ringana, nos asevera: "Nuestra empresa tiene presencia en toda España y la presencia en Andalucía se ha incrementado con la incorporación de nuevos representantes independientes, algunos negocios que venden a nuestros clientes los productos por la vía online. El comercio electrónico está en crecimiento total. Los productos más demandados en España son los tratamientos faciales, de belleza natural, y toda la línea vegana. Especialmente demandado es el aceite dental, para el cuidado y prevención, el cooling spray. La frescura de este producto nos hace únicos en Europa".

Foto: EcoArchivo

Rosa, de Yeidra

Para Rosa García, de Yeidra, Andalucía es líder indiscutible en producción ecológica tanto a nivel nacional como europeo. Ello conlleva la existencia de múltiples negocios que hacen posible dicho liderazgo. Se trata en su mayoría de proyectos de emprendimiento que han conseguido, con mucho esfuerzo y con total convencimiento, posicionar muy alto nuestra comunidad en el sector ecológico. En Andalucía cada año crece el consumo de cosmética ecológica y creemos que el motivo es muy similar a lo que viene ocurriendo también en el resto de España, nos referimos a la diversificación de puntos de venta de cosmética ecológica". Y sigue: "Tradicionalmente, la cosmética natural y ecológica tenía como principales puntos de venta a los herbolarios y ecotiendas. A ellos se han ido sumando otro tipo de comercios que han colaborado en el acercamiento de estos productos a un mayor volumen de consumidores, ejemplo de ello son los supermercados ecológicos y los comercios especializados en cosmética ecológica. Actualmente todas las provincias andaluzas cuentan con comercios de este tipo". Y también señala: "A ello se va sumando la incorporación de cada vez más centros de estética que apuestan por tratamientos faciales y corporales ecológicos. También en Andalucía se empieza a demandar cosmética ecológica desde este tipo de centros, profesionales de la estética conscientes de la importancia de prescindir de tóxicos en la cosmética y que están empezando a introducir líneas de cosmética ecológica por su alta efectividad".

Carolina Sánchez

COSMÉTICA ECONATURAL

Según la Norma BioVidaSana

Por una certificación responsable de calidad y respetuosa con el medio ambiente

ECOPlus

ÁBIDA www.abida.es
AINA DE MÔ www.ainademo.com
ALOEPLANTECO www.aloeplanteco.es
ALQUIMIA NATURAL www.alquimianatural.cat
ALVIOLOR* www.alviolor.com
AMANTIS www.amantis.net
AMAPOLA BIOCOSMETICS www.amapolabio.com
ARTICA BIO-COSMÉTICA* www.articabio.es
ARWEN www.arwenlight.com
AS PONTIS www.aspontis.com
ASHES TO LIFE www.ashestolife.es
ATALAYA BIO www.atalayabio.com
AUMA ADHY http://auma-adhy.com
AYURVEDA AUTÉNTICO www.econostrum.com
BIOALOE www.aloesalud.es
BIOJARAL COSMÉTICA ECOLÓGICA www.cosmeticabiojaral.com
BIOSPORTY www.biosporty.com
BUBOBEBÉ COSMETICS S.L. http://bubobebe.com
CALAMANSA http://calamansa.com
C´EST CHIC COSMETICS** www.cestchiccosmetics.es
COSMÉTICA NATURAL CAL MARGARIT "LAVANDA" www.feixescalmargarit.com
COSMÈTICS GIURA www.cosmeticsgiura.com
DIETOX www.dietox.es
ECOLACTIS www.ecolactis.es
EL FRUTO DEL BAOBAB www.elfrutodelbaobab.com
EQUIMERCADO www.equimercado.org
ESENCIAS DE LUNA www.esenciasdeluna.com
ESSENTIEL NATURE www.essentielnature.com
FLORAL HAIR www.elena-busto.com
FRESHLY COSMETICS www.freshlycosmetics.com
GREEN FROG www.greenfrog.es
HATIPAI BIOCOSMETICS www.hatipaibiocosmetics.com
HERBARIUM SCALA DEI www.herbarium-scaladei.com
HERBERA BIOCOSMÉTICA www.herbera.es
ILURBEDA, ARTESANÍA COSMÉTICA* www.ilurbeda.com
INDIGO EYES NATURE www.indigoeyesnature.com
IYINUT www.iyinut.com
JABONES BELTRÁN* www.jabonesbeltran.com
JEEVAN AYURVERA www.jeevan-ayurveda.com
KOLOREKO www.koloreko.com
KOOCH GREEN COSMETICS www.koochgreencosmetics.com
KROUS EXPERT CARE www.krous.es
L'ABELLA MEL www.labellamiel.com
LA ALBUFERA http://albuferacosmetica.com
LA BEAUTÉ DE L´AME www.labeautedelame.es
LA BIZNAGUERA labiznaguera.com
LABORATORIOS NATUROLEO www.naturoleo.com
LA CASA DE LA LUNA MEDIA* www.lacasadelalunamedia.com
LA ESPIRAL VERDE www.laespiralverde.com
LA TORRE DE CAN GERMINAL www.cangerminal.es
LAMIA BIOCOSMÉTICA www.lamiabiocosmetica.com
LANDALORE www.landalore.com
LAVANDA EXPERIENCE www.lavandaexperience.com
LE PETIT JARDIN www.le-petitjardin.com
LILÀ COSMÈTICS www.lilacosmetics.com
MACROBIO www.biellacarell.com
MAGGIE PEACE maggiepeace.com
MAISON KARITÉ* www.maisonkarite.com
MANÁ PISTACHOS www.pistachosmana.es
MARIA DAVIK COSMÉTICA www.mariadavik.com
MÁYIKAS COSMÉTICA NATURAL* www.mayikas.es
MONTRÓS COSMÉTICS www.montroscosmetics.com
MÜNNAH NATURAL COSMETIC www.munnah.es
NADIUA www.nadiua.com
NATURALMENTE MEDITERRÁNEO www.naturalmentemediterraneo.com
NATURAL SOLTER** www.naturalsoltercosmetics.com
NATURAVIA, cosmética ecológica certificada www.naturaviacosmetica.com
NATURNUA* www.naturnua.com
NATUROLEO COSMETICS www.naturoleo.com
NAT&B www.nbnaturalcare.com
NEATHEA www.neathea.com
OMAMORI latiendadeomamori.com
ORBAYU www.orbayunatural.es
PIEL SANA www.pielsana.es
PLANTAPOL www.plantapol.es
POSIDONIA COSMETICS** www.posidoniacosmetics.es
SÁLVORA www.salvora.eu
SÅPER, cosmética ecológica www.saper.es
SAVAGES www.savagesbiocosmetics.com
SECRET PLAY www.secret-play.com
SENDA AROMÁTICA* www.sendaaromatica.com
SENSOLIVE www.sensolive.com
SHUI COSMETICS www.shuicosmetics.com
SPA GARDEN www.spagardenbio.com
STEVIAK www.steviak.com
TALLER MADRESELVA www.tallermadreselva.com
TAÜLL ORGÀNICS www.taullorganics.com
TECENVAS** www.tecenvas.com
TERPENIC www.terpenic.com
VERACETICS www.veracetics.es
VICORVA** www.vicorva.com
VIDAL FORCE www.vidalforce.com
YEIDRA http://yeidracosmetica.com

Empresas certificadas BioVidaSana Ecoplus
(*) Laboratorios que también elaboran para otras marcas
(**) Laboratorios especializados en fabricar para otros

VIDASANA ASOCIACIÓN VIDASANA

Más información
972 451 129 / www.biovidasana.org

SOHISCERT

"TRABAJAMOS SIEMPRE PARA MEJORAR LA VISIBILIDAD Y EL ACCESO AL MERCADO ECOLÓGICO"

SOHISCERT, Sociedad Hispana de Certificación S.A., es un organismo de certificación que ofrece servicios de certificación de productos agroalimentarios. Ellos nos dicen: "Nuestra actividad consiste en evaluar y realizar una declaración objetiva de que un producto agroalimentario cumple con los requisitos de producción del documento normativo o Pliego de Condiciones al que se acoge. Para ello realizamos auditorías en las que evaluamos la conformidad de los productos con dichos requisitos". Desde el año 1998 SOHISCERT lleva ofreciendo sus servicios de certificación. Más de 20 años de experiencia en el campo de la certificación agroalimentaria respaldan su trabajo. Participan en BioCultura Sevilla.

Foto: EcoArchivo

Manuel Carmona, una de las cabezas visibles de SOHISCERT

Manuel Carmona, uno de sus responsables, contesta a nuestras preguntas: "Disponemos de procedimientos ágiles y fiables, contrastados, que responden a la competencia técnica y objetividad exigidos por la norma y que han sido evaluados por ENAC en el proceso de acreditación, así como por las diferentes administraciones públicas y organizaciones internacionales para las diferentes autorizaciones y homologaciones. La acreditación garantiza la imparcialidad, independencia y competencia técnica de las actuaciones de todo equipo multidisciplinar formado por ingenieros agrícolas, licenciados en ciencias ambientales, biólogos, veterinarios, etc.".

-¿Cómo véis la evolución del sector agro-ganadero ecológico? ¿Es el futuro?

-Es evidente que el sector agroalimentario ecológico ha crecido bastante en los últimos años. España es el país con más superficie en producción ecológica de Europa y cuenta con más de 2.000.000 de hectáreas certificadas. En los últimos cinco años, ha habido un crecimiento del 4,5% en productores agrarios ecológicos; del 15,2% en industrias ecológicas; y del 17,5% en comercializadores de productos ecológicos… Por lo que es notable la apuesta de futuro que hay por la producción ecológica, ya que aporta un valor añadido a los productos y genera además una concienciación y cuidado medioambiental.

-SOHISCERT, además de certificar productos, ayuda a la visibilidad de éstos y apoya a los productores a encontrar mercado… ¿Cómo lo hacéis?

-Desde SOHISCERT trabajamos siempre para mejorar la visibilidad y el acceso al mercado ecológico, ya que es uno de nuestros principales alcances de certificación. Bien a través de jornadas técnicas, participación en ferias del sector como BioCultura, otro tipo de actividades y talleres relacionados con la producción ecológica… Sin duda alguna, creemos en la importancia que tiene el concienciar a la sociedad en la producción y consumo de productos ecológicos, por ello cada día trabajamos más para promoverlo y aportar nuestro granito de arena a este crecimiento.

BIOCULTURA

-¿Qué supone para vosotros y para las empresas que arropáis la participación en BioCultura?

-Para SOHISCERT supone participar en BioCultura asistir a una cita obligatoria por la importancia de aportar todo nuestro apoyo al sector ecológico. Para las empresas certificadas por SOHISCERT que acuden a este encuentro, supone una magnífica oportunidad para dar a conocer sus productos, el proceso de elaboración de los mismos y las ventajas y beneficios que aportan a la salud y el medio ambiente.

-Y si hablamos de consumo, ¿cómo está el tema concretamente en Andalucía?

-Actualmente cada andaluz se gasta de media 36€ al año en productos ecológicos, lo cual es una cantidad demasiado baja. Es por ello que se debe trabajar mucho en concienciar y generar hábitos alimenticios saludables; y que sean sostenibles para el medio ambiente. Todo esto debe partir desde las familias, centros escolares, instituciones, empresas, etc., para que la sociedad se conciencie más en la necesidad de consumir productos ecológicos. Cualquier esfuerzo es poco en este sentido.

Ana Sánchez

Fotos: EcoArchivo

Certificando viñedos ecológicos en Canarias

MÁS INFO
TOMA NOTA

SOHISCERT
Finca La Cañada, Ctra. Sevilla – Utrera, Km 20,8
41710 – Utrera (Sevilla)
T: 955 868 051 M: 638 190 204
www.sohiscert.com

Jornada de Agricultura Familiar Ecológica en BIOCULTURA 2019

En la Jornada de Agricultura Familiar varias actividades lúdico-educativas, realizadas por socios del proyecto Ceres Ecotur, enseñarán la utilidad de impulsar experiencias responsables que promueven los valores culturales del medio rural y cuidan los productos de la tierra.

Para más información:
www.ecotur.es/ www.ecoagro.tours

Viernes, 22 17 h
SHOWCOOKING TEMPORADA DE(H)ESAS
Un recorrido gastronómico exquisito por la sierra de Aracena y picos de Aroche, en Huelva, mostrando los beneficios de la agricultura familiar ecológica.

Viernes 22 18:30 h Sala Mezquita
EDUCACIÓN ORGÁNICA. NATURALEZA EMOCIONAL
Mediante el juego, las conferenciantes enseñarán cómo la gestión responsable de recursos naturales y sociales es una vía creativa y fluida para llegar hasta la educación orgánica. Con ello, se fomenta el desarrollo personal y el disfrute de todo el proceso.

Deliciosas galletas 100% bio de Biocop

Ofrecemos un **amplio surtido de galletas** pensadas para todos los gustos.
Todas elaboradas con aceite de girasol.

AGRICULTURA BIOLÓGICA Biocop desde 1975

biocop.es

Con avena y chips de chocolate!

Irresistible e intenso sabor a chocolate

Suave sabor de espelta con chips de chocolate

Con un original toque de avellanas!

Espelta integral endulzada con uva y arroz

Delegación en Andalucía · Jesús Rabaneda López · Tel. 638 307 339

MARSH FOODS / MANUEL DÍAZ

"LA SALICORNIA NO DEJA DE SORPRENDERNOS"

Marsh Foods es un proyecto sostenible de cultivo de halófitas que se desarrolla en el espacio natural protegido Marismas de Isla Cristina, en Huelva. Básicamente se basa en reproducir el ciclo natural de la salicornia en un terreno firme, con la única diferencia respecto a las poblaciones locales espontáneas que se controla el agua salada y los nutrientes que se le aportan, además de una mejor accesibilidad a la planta y mayor producción. Manuel Díaz Cárdenas es el director gerente y Esteban Zarauz charló con él. Participan en BioCultura Sevilla.

Foto: EcoArchivo

Manuel Díaz Cárdenas es el director gerente de Marsh Foods

La salicornia es una planta de ciclo anual que se desarrolla de forma espontánea en zonas de influencias mareales como son las marismas. Debido a las condiciones en las que se desarrolla y a la propia planta, contiene una serie de minerales como magnesio, fósforo, potasio, calcio, manganeso, hierro, cobre, yodo, zinc, además de proteínas, fibras y ácidos omega 3 y 6, todo ello aparte de su exquisitez culinaria… que la hacen también muy apropiada para dietas bajas en calorías o deportivas.

-¿En qué diferentes formatos la vendéis?
-La comercialización la hacemos en tarrinas de 100grs, en bolsas de 1 kg o en cajas de 2kg a granel. Realmente nos adaptamos a las necesidades que nos puedan solicitar nuestros clientes. También la comercializamos deshidratada y en polvo, como sal verde, ya que se utiliza también como sustituto de la sal por su bajo contenido en sodio, lo que la hace apta para el consumo de personas con problemas de hipertensión.

EL PÚBLICO

-¿El público conoce esta planta?
-Hasta hace algunos años era la gran desconocida sobre todo en España, pero cada vez es más utilizada en las cocinas de grandes chefs como Ángel León y en programas televisivos de cocina que han contribuido enormemente a su conocimiento y consumo, aunque todavía queda mucho camino que recorrer para llegar al nivel de conocimiento y de demanda que existe en países como Francia, Reino Unido, Holanda, Bélgica y Alemania.

- ¿Cómo la producís? ¿En qué zona? ¿Por qué es una producción sostenible?
-La forma de producirla es prácticamente como un cultivo convencional de otras hortalizas y demás, pero con algunas necesidades y peculiaridades de la propia planta. Lo hacemos en Isla Cristina, Huelva, en el corazón del Paraje Natural Marismas de Isla Cristina. El origen de nuestra plantación procede de la recolección de semillas de poblaciones locales de la propia marisma y a partir de ahí nosotros nos producimos nuestras propias semillas, por lo que no generamos impacto en las poblaciones locales.

VIRTUDES

-¿Qué otras virtudes, no nutricionales, tiene la salicornia?
-Bueno, este es un aspecto que, cuanto más vamos profundizando en ella, más nos sorprende. Se utiliza también en cosmética, en farmacéutica: la planta también tiene un gran potencial como biofiltro, utilizándose en acuarios de agua salada para extraer nitratos y fosfatos que aprovecha la planta. En Argentina se utiliza para el tratamiento y reutilización de aguas en piscifactorías. Nuestra salicornia se está probando en un proyecto de tratamiento de aguas de la actividad minera para su reutilización. Además de la semilla se extrae aceite o biodiesel como se está haciendo en Arabia Saudí, EE.UU. y otros países.

-¿Cómo vais a llegar al público? ¿Cuál va a ser vuestra distribución?
-Sinceramente ahí es donde está ahora mismo nuestra flaqueza. Hasta ahora prácticamente el cultivo ha sido experimental y la poca producción obtenida la hemos comercializado como producto de proximidad en los mercados municipales de la zona y poco más. Este año esperamos tener una producción en torno a los 1000kg. Por eso ahora buscamos más la visibilidad y asistir a ferias y eventos relacionados.

BIOCULTURA

-¿Vais a llevar a cabo alguna actividad en BioCultura Sevilla?
-Pues sí… Gracias a BioCultura/Vidasana y Ecovalia, de quien somos socios, tenemos la oportunidad de dar a conocer la salicornia a través de una charla divulgativa y un showcookig donde se podrá degustar nuestra salicornia. La pena es que, como es un producto de temporada, que va desde finales de abril a mediados de septiembre, la planta todavía no tiene mucho desarrollo, por lo que no dispondremos de la cantidad que nos hubiese gustado.

-¿Cómo veis el sector ecológico andaluz?
-Lo vemos como un sector bastante potente, consolidado y en expansión; de hecho, cuando empezamos el proyecto desde un principio tuvimos claro que íbamos a ir a la certificación de la producción ecológica entre otras cosas porque realmente la forma en la que lo hacemos en sí misma ya es ecológica, no nos supone ni modificar prácticas ni procesos. Empezamos la certificación en 2017 por lo que la cosecha de 2020 ya tendrá la certificación, si todo trascurre de forma normal.

LA AVENTURA

-¿Por qué os habéis metido en esta aventura?
-Bueno, esto parte de nuestra forma de ver el mundo; tanto mi socio como yo somos activistas medioambientales, muy comprometidos con la conservación de la biodiversidad, somos fundadores de una asociación de defensa del camaleón, ADECA, voluntarios ambientales y apasionados de nuestra marisma, de su avifauna y flora. Para nosotros poder llegar a vivir de un recurso que nos regala nuestra marisma y poderlo hacer de forma sostenible es un privilegio.

Esteban Zarauz

UNA PLANTA CON FUTURO
HACIA UNA SOCIEDAD MÁS SANA

-¿La salicornia es una planta con futuro desde el punto de vista del mercado agroalimentario?
-Por supuesto que tiene futuro tanto por sus propiedades nutricionales, como hemos visto, como por las culinarias. La sociedad va cambiando sus hábitos alimenticios a una alimentación más sana y saludable y sobre todo cada vez se tiene en cuenta en mayor medida la forma en que se produce lo que comen, no solo en cuanto a los procesos de producción desde el punto de vista químico sino también desde el punto de vista de una producción respetuosa e integrada en el medio natural que reduzca el impacto en la misma y la salicornia reúne esas características.

MARSH FOODS/ SALICORNIA EN BIOCULTURA SEVILLA
TOMA NOTA

SALICORNIA, LA MARISMA SE COME
Viernes, 22 marzo, 13'00h. Sala Mezquita
Manuel Díaz Cárdenas
Organiza: MARSH FOODS

EDUARDO PANIAGUA EN BIOCULTURA SEVILLA

TROVADORES DE LAS TRES CULTURAS DE AL ANDALUS

El gran Eduardo Paniagua estará en BioCultura Sevilla. Será el sábado 23 de marzo. Músicas de trovadores de las tres tradiciones espirituales de Al Andalus. Aires andalusíes, piezas sefardíes, cántigas de Alfonso X El Sabio… Un espectáculo minimalista pero grande en emociones que nos retrotrae al medioevo con canciones y melodías de aromas trovadorescos y que no olvida a los grandes poetas del sufismo, cuyos poemas son amor en estado puro. Toda la erudición, la dirección, la maestría y el prestigio del gran Eduardo Paniagua. Todo el virtuosismo de Wafir S. Gibril. Todo el salvajismo y ese punto de vanguardia y transgresión de Pedro Burruezo, viejo conocido de BioCultura y director de The Ecologist. Un trío irrepetible….

En BioCultura Madrid ya este trío llenó la sala y extasió a un público ávido de música antigua pero creativa al mismo tiempo. En su gira catalana de hace un par de meses, llenaron salas y encendieron los elogios de la prensa. En BioCultura Sevilla prometen una velada para el recuerdo… uniendo tradición y transgresión.

-Eduardo Paniagua en BioCultura Sevilla… Un lujo… ¿Qué vas a ofrecer?
-Un bello y sentido concierto de cantos sufíes históricos y de nueva creación inspirados en lo antiguo. Pero, como sabes, la música antigua no existe, es nueva, recién nacida… Cada vez que se canta en vivo la música antigua se transforma en concierto único. Este de BioCultura será único por el entorno y motivo.

LA BELLEZA

-¿Contribuir a la belleza del mundo es una forma de combatir la destrucción que vemos en lo medioambiental, por ejemplo?
-Sí, la belleza, el espíritu, la salud… Pero también... el desarme mundial, la necesidad de una

Foto: Amanda Ortega

Eduardo Paniagua, con el músico sudanés Wafir S. Gibril y con Pedro Burruezo

mayor justicia social, la mejor distribución de los recursos, etc. No hace falta mentarlo, pero deseamos un mundo "super-humano", ya que, si sólo decimos humano (como dicen nuestros dirigentes poderosos o temerosos mundiales), vemos los resultados, vemos sus obras; un mundo destructor y ciego.

-¿Cuándo y por qué decidiste encaminar tus pasos artísticos hacia sendas tan poco transitadas?
-Es pura afición y estudio desde muy joven. Quise siempre encontrar y, si es posible, crear, recrear, la tradición musical oculta, abandonada… pero conservada y dormida.

LO MEJOR Y LO PEOR

-¿Qué ha sido lo mejor y lo peor de todo este tiempo de trayectoria artística?
-Lo mejor... ha sido cumplir una especie de vocación, una auto-misión de rescatar músicas pretéritas, sobre todo hispánicas. Lo peor: cuando en vez de armonía y sinfonía entre los colegas músicos suceden desencuentros, envidias y antagonismos, más allá de la rivalidad estimulante. Hay una tristeza de fondo: el poco interés por el patrimonio musical de las instituciones culturales, que tienen eso como objetivo y razón de ser.

-¿Qué te parece que una feria como BioCultura apueste por la música en directo (y, en especial, por músicas poco convencionales)?
-Un atractivo más. Cuando se juntan varias motivaciones para hacer algo todo es más fácil y generoso. Así, es más fácil tener incentivos para asistir a la feria y se acercan otros públicos que acaban descubriendo lo interesante de tener una alimentación correcta y sana.

LA JOYA DE LA CORONA

-En todo este tiempo de trabajo, ¿cuál ha sido tu joya de la corona? ¿Qué destacarías?
-¿De mi trabajo musical? Destacaría el "loco" propósito de hacer la grabación integral de las Cantigas de Alfonso X El Sabio. Son 427 canciones. Desde hace 22 años llevo grabadas en el sello Pneuma unas 310 cántigas en 35 cds. Ahora he publicado un triple cd con cántigas de Andalucía (milagros de la Virgen María que suceden allí). Serán, al término de la antología, unos 60 cds, más de 70 horas de cantos medievales, la mayoría inéditos hasta el momento de hacerlo. Otro reto, no programado de origen, es la colección de cds sobre música andalusí, cortesana y sufí, más de 50 cds también en Pneuma, todos de repertorio absolutamente desconocido en Occidente. Un trabajo tenaz y continuo, que incluye otros repertorios: canto visigótico-mozárabe, gregoriano, medievo hispano, sefardí, renacimiento y pre-barroco.

-¿Cuál ha sido la experiencia más bonita de tus conciertos-viajes por esos mundos de Dios?
-Imposible detallar. La experiencia buscada, y alguna vez atisbada, regalada, es la de comunión con el alto Espíritu del ser humano: puedes llamarlo Dios, algo que está cerca de nosotros.

Javier Bolufer

MÁS INFO
TOMA NOTA

EDUARDO PANIAGUA EN BIOCULTURA
Cuándo: Sábado, 23 de noviembre
Dónde: Auditorio Itálica
Hoario: 18'30h.
Acceso libre una vez entrado a la feria.
Gratuito hasta completar el aforo.

Eduardo Paniagua: salterio, percusión, flautas, dirección, cantos
Wafir S. Gibril: laúd árabe, percusión, ney, canto árabe
Pedro Burruezo: canto, mondol, percusión

Foto: EcoArchivo

Eduardo Paniagua dará un concierto el sábado 23 de marzo en BioCultura Sevilla dedicado a la música de los trovadores de las tres culturas del Libro

Foto: Bianca

El trío que dirige Eduardo Paniagua actuó hace dos meses en el ciclo Caprichos de Apolo de BCN con un gran éxito de público y de crítica

BioCultura

feria de productos ecológicos y consumo responsable

Sevilla 2019

Del 22 al 24 de marzo. Pabellón 2

Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla

ALIMENTACIÓN CERTIFICADA

Expositor	stand
ACEITEECOLÓGICO.ORG - ECIJA	29
ALCARDET BODEGAS	91C
ALGA COCHAYUYO BROTASOL	106
ALGAMAR	86F
ALMAZARA ECOLÓGICA MAIMONA	19
ALTERNATIVA3 BIO FAIRTRADE	86E
AMAZONIA	110
ANDUNATURA	91G
AROMASDETE.COM	13
ASANA	53
ASOCIACIÓN VIDA SANA	97
AU FIL DES SAVEURS	25
AZAFRÁN LA SABINA	15
BIOGREDOS	52
BIOSEMILLAS	85I
BODEGA ALMAZARA SANCHA PÉREZ	85B
BODEGAS PÉREZ ARQUERO	91L
CAMPOS CARNES ECOLÓGICAS	85E
CAPRILAC	6
CENTRO ECOLÓGICO GAIA	70
CERRÓN QUESOS Y VINOS	48
CERVEZA ECOLÓGICA BESARO	91H
CERVEZAS BANDOLERA	71
CHIPOLINO NATURAL	18
CONSERVAS ARTESANALES CONTIGO	85C
CORTIJO EL PUERTO	85F

Expositor	stand
COTTON HIGH TECH	86B
CRESPI	57
DIETAECOLÓGICA.COM	85G
DIETÉTICOS MERLO	28
DIETISUR	86
DIFRISUR	85K
DISTRIBUCIONES CADIDIET	58
DISTRIBUCIONES ECO UNEEB	21
DPF BIO	99
DR. GÖERG	66
DREAM FOODS, ALIMENTOS FUNCIONALES	104
ECO WASSY - ALIMENTACIÓN BIO	41
ECOIBÉRICOS DE JABUGO	85A
ECOLÓGICOS AHIMSA	63
ECORIGINAL.ORGANIC	34
ECOSAL SAN VICENTE	91B
ECOSUR	92
ECOVALIA	85
EHD - BIOMAC - PREMIO	91K
EL MONUMENTO	1
EMLIFE	101
FINCA LA MELONERA	2
GÉNESIS PROBIÓTICOS Y FERMENTOS	12
GOFIO LA PIÑA	31
HERBES DE LA CONCA	9
HERBES DEL MOLI - ARTEMISBIO	60

Expositor	stand
HIFAS DA TERRA	86I
IDEAS COMERCIO JUSTO	64
INDI ESSENCES	32
JOSENEA BIO	10
KEYPHARM LABORATORIES	86H
KITU SNACK	16
KOMBUTXA	112
KOMVIDA ORGANIC KOMBUCHA	86G
LA ANDALUSÍ PANADERÍA ARTESANA	91F
LA CASONA AOVE DE AUTOR	85M
LA CUBA BIO HIGOS	5
LA EXTRANATURAL PANADERIA	91A
LA KOMBUCHERIA-JACKFRUIT JACKY F.	56
LA ORTIGA, COOP. DE CONSUMO ECOLÓGICO	4
LABORATORIOS DIAFARM	86D
LEVANTINA DE ORGÁNICOS	86C
LIVESOLIVES ACEITE ECOLÓGICO	85J
L'OLIVATERIA ACEITUNAS BIO	3
LOS ARANDANOS	85L
MACRODULCES LA ESPIRAL	46
MADRE TIERRA SEMILLAS BIOLÓGICAS	109
MANA PISTACHOS ECOLÓGICOS	91E
MAS QUESEROS	20
MIEL MURIA BIO	24
MON	86A
MONTE ROBLEDO ARACENA	1

Expositor	stand
MORINGA NATURE	14
NATURA PREMIUM - STEVIA PREMIUM	54
NATURALCOS BIO	30
NATURALETHA	102
NUTXES - OBRADOR DE APOYO	8
ORBALLO	44
OROWEAT ORGANIC BIO	17
PUERTA DE LAS VILLAS	91I
QUESOS LA VIEJA BUCHACA	85N
RISO SCOTTI	62
SOHISCERT	91J
SOL NATURAL	86J
SOUL K - KOMBUCHA	47
SOVORAL APICULTURA ORGÁNICA	11
SUPERALIMENTOS SALUDVIVA	114
TERRA DO BARAONCELI	42
TRUEFOODS	85O
UN OLIVO	85H
VERDEMIEL, MIEL ECOLÓGICA DE ANDALUCÍA	85D
VERDINAYA	91D
VIÑEDOS Y BODEGAS CARCELÉN	7
VITAFOOD HEALTHY	108
VIVIO	103
YOGI TEA	67

COSMÉTICA CERTIFICADA

AINA DE MÔ MENORCA -BCN-	266
ALLURE KRISTALPAD	254
ALOEPLANT	267
AMAPOLA BIOCOSMETICS	252
ANUENUE SALUD Y BELLEZA	257
BIEN Y BIO	251
COMPRESAS YIMIS	262
ECO NATURE	265
ESPONJAMARINA.COM	270
IGONENATURAL	273
LA BEAUTÉ DE L'ÂME	250
LA BIZNAGUERA ECO-COSMÉTICA	275
LA CASA DE LA LUNA MEDIA	276
LEILESUNSET	271
NATURALMENTE MEDITERRÁNEO	274
NATURCOSMETIKA ECOLÓGICA	259
PIELSANA DERMOCOSMÉTICA ORGÁNICA	258
RINGANA	268
SPA GARDEN BIO COSMÉTICA	256
TERPENIC LABS	263
WELLNESS POINT BY COSMOETICA	253
YEIDRA COSMÉTICA ECOLÓGICA	261

MODA SOSTENIBLE

ARTESAVE HILOS RECICLADOS	315
BLAUGAP - MODA SANA	301
CALCETINES TERAPÉUTICOS	307
ECOALKESAN-CALZADO VEGANO	312
ECOLÂ	306
MARTIN NATUR ECOFASHION	318
MISTURA ESMALTE	300
OINAK - AITOR BASTARRIKA	320
ZACATUA	308

DEGUSTACIONES

BIORITME FESTIVAL	73
BODEGA LA ENCINA	119
CERVEZA CELEBRIDADE GALEGA	120
EL ORO DE LOS ANDES IMPORTADOR-DISTRIBUIDOR	72
GALETRUCK - CELTAVERDE	78
MUSEO DE LA MIEL RANCHO CORTESANO	118
OBRADOR LA ARTESA	122
PIZZERIA ARTESANAL NOMADAS	121
QUESERÍA EL CABRERO DE BOLONIA	118
VEGGIE PITA POINT	74
ZUMOS ECOLÓGICOS 4 ESTACIONES	77

BIENESTAR Y SALUD

ALKANATUR	405
APTN COFENAT	406
ASOC. ESP. RED CIRCULAR DE DOULAS	412
ASOCIACIÓN DE SERVICIO REIKI	422
CENTRO DE YOGA VIDA	402
CONAMAD	406
DISMAG, TU MAGNESIO NATURAL	401
DR. LEFEBURE METHODS	411
FILTROS DOULTON	409
FILTROS SICCAL	400
GRUPO HUFELAND	404
NAYADEL TECNOLOGIAS VIVAS	408
TECNOLOGÍAS SALUDABLES	403
TU AGUA KANGEN	400
YOGUINDIA	410

CASA SANA

AROMEDI PRODUCTOS AROMATERAPIA	219
COCO & MËNSCH	216
CODISVERD.COM	205
DEMO DIRECTA	213
EDICIONES KAICRON	206
JABONES OLIMPIA	214
JUSTICIA ALIMENTARIA	202
LA CAMA AZUL	210
LA TIENDA DEL ALFARERO	217
MUSU BOTTLES	211
PERMAPRETA BAÑO SECO Y COMPOSTERO	206
QUANTUM ENERGÍA VERDE	209
TALLER VIOLA FLORES PRENSADAS	204
WASSY - PRODUCTOS DEL HIMALAYA	218

ECO ESTILO DE VIDA

ASOCIACIÓN BRAHMA KUMARIS	358
AURA IMPORT MINERALES	352
BIOBEE.ES	350
DON MARC SWEDEN	356
ECO-ETICO.COM - BEBÉS ECOLÓGICOS	351
EDITORIAL SUMATRA	
GEA LIBROS	355
ELIXIR BIO	359
HORTUECO	354
KULALA	353
LIBRERÍA EQUILIBRIO HUMANO	360
OM MAONA	357
PORCELANA CON ALMA BY DEVIDYAL	353B
RITUAL SOUND	362
TICTACTOYS JUGUETES DE LANA	361

DIRECTORIO DE EXPOSITORES