

OUR FOOD
OUR FUTURE

NUEVO SISTEMA ALIMENTARIO_ NEW FOOD SYSTEM

OTRAS RELACIONES
PARA LA
TRANSFORMACIÓN_
OTHER
RELATIONSHIPS FOR
TRANSFORMATION

Alimentar el
Futuro

Cuidando a las
Personas y al
Planeta ahora

_ Feed the
Future by
People and
Planet Care
now



BY JOSÉ IGNACIO VIDAL LIY &
LEONOR ALMENAR MUÑOZ

#eatwith[love]

GUÍA PARA UN SISTEMA ALIMENTARIO CONSCIENTE
GUIDE FOR A TOTAL FOOD SYSTEM AWARNESS

#eatwithlove ! [Linktr.ee/ofof_spain](http://linktr.ee/ofof_spain)

Nuevo Sistema Alimentario. Otras relaciones para la transformación _ New Food System. Other relationships for transformation

Autoría / Authors: José Ignacio Vidal Liy & Leonor Almenar Muñoz

Edición / Editing: Natalia Italiano & Alicia Ocon Fdez. (Andalucía Acoge)

Diseño / Layout: Alicia Ocon Fdez.

Versión original / Original version: Castellano / Spanish



Nuevo Sistema Alimentario. Otras relaciones para la transformación _ New Food System. Other relationships for transformation © 2023 by José Ignacio Vidal Liy & Leonor Almenar Muñoz. Edición / Editing: Natalia Italiano & Alicia Ocon Fdez. (Andalucía Acoge). Diseño / Layout: Alicia Ocon Fdez. is licensed under Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Federación Andalucía Acoge | acoge@acoge.org | www.acoge.org

Proyecto Our Food Our Future (CSO-LA/2020/411-443), financiado por la Comisión Europea. Programa de Educación para el Desarrollo y Sensibilización de la Comisión Europea (DEAR) / Our Food Our Future project (CSO-LA/2020/411-443), funded by the European Commission. European Commission's Development Education and Awareness Raising (DEAR) programme

www.ofof.eu / linktr.ee/ofof_spain

Las opiniones vertidas realizadas por la/el autora/r o autoras/es no reflejan necesariamente los puntos de vista de la entidad Andalucía Acoge / The opinions expressed by the author/s do not necessarily reflect the views of Andalucía Acoge

Esta publicación ha sido realizada con el apoyo financiero de la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva de la/el autora/r o autoras/es, y en su caso de la/s editora/s en nombre de Andalucía Acoge, y no reflejan necesariamente la opinión de la Unión Europea / This publication has been produced with the financial support of the European Union. Its contents are the sole responsibility of the author/s and, where appropriate, of the editor/s on behalf of Andalucía Acoge and do not necessarily reflect the opinion of the European Union





Prefiero
castellano

I prefer
English

#eatwithlove!

OUR FOOD
OUR FUTURE

ÍNCIDE

OFOF

¡MUCHO MÁS QUE INGERIR ALIMENTOS!

INFORMACIÓN MÁS TRANSFORMACIÓN

RELACIONES, COOPERACIÓN Y BIEN COMÚN

NUEVAS RELACIONES PARA NUEVAS ALTERNATIVAS

PROYECTOS DE CO-CREACIÓN
Y ACCIÓN

REFLEXIONES QUE TRANSFORMAN

MÁS INFO &
BONUS INSPIRACIÓN



Co-funded by
the European Union



Andalucía Acoge



OUR FOOD
OUR FUTURE

Our Food Our Future es una Campaña Internacional de Sensibilización para la transformación justa, balanceada y equilibrada del sistema alimentario, de las cadenas de producción y distribución de alimentos a nivel internacional, y para co-crear una nueva forma de concebir el sistema alimentario, la economía, la cooperación y colaboración, la sociedad, los ecosistemas y la pertenencia al planeta y por tanto las relaciones.

Our Food Our Future se desarrolla en 13 países a través de 16 organizaciones.

En la página web del proyecto www.ofof.eu y en sus redes sociales está disponible información sobre las acciones desarrolladas, otra información de interés y herramientas de utilidad.

Our Food Our Future, es información, es inspiración y es transformación!

¡Esto no va (solo) de comida!
¡Esto va de alimentar una vida en común!

#eatwithlove!







OUR FOOD
OUR FUTURE

¡MUCHO MÁS
QUE INGERIR
ALIMENTOS!

Comer y beber en común tradicionalmente han sido el fundamento de la comunidad[1]. Comer y beber colectivamente los mismos alimentos han forjado profundos sentimientos de sociabilidad, de comunidad, de pertenencia a un grupo, a un colectivo. En la Grecia antigua, al banquete lo llamaban *Symposion* y formaba parte de la construcción simbólica del mundo. Era sagrado al aunar el placer de comer y beber con el sentimiento de estar en común acuerdo con los dioses y de pertenecer a una comunidad. Los lugares donde se celebraban estos *Symposion* están relacionados con los orígenes de los centros de culto y de las mismas ciudades[2]. Se comía y se bebía en un ritual muy pautado antes de cualquier negociación. Plutarco nos cuenta que en la época de Homero el rey organizaba banquetes para escuchar los consejos de sus héroes.

El hecho de compartir la misma mesa es por tanto un acto cargado de significados que van más allá del consumo de alimentos. Así se refleja en multitud de ejemplos que nos ofrece la literatura clásica. En la cultura cristiana no hay nada más simbólico en este sentido que el famoso episodio de la Última Cena. Compartir la mesa ha sido un ritual de autoformación grupal en el que se estimulaban las redes sociales y la ayuda mutua, en donde prima la exhibición de cierto estatus social pero también de la solidaridad como clave de la reproducción de los lazos comunitarios.

Pero no se trata sólo de la ingesta de alimentos. Según la antropóloga Caroline Counihan[3] la comida es también un espejo de la organización de una sociedad en sus niveles más amplios e íntimos, lo que le convierte en un elemento de primer orden para entender los comportamientos y las pautas de socialización de los grupos humanos. En tiempos como los actuales caracterizados por la falta de tiempo, la precariedad laboral y la transformación de las relaciones familiares, el acto de comer en grupo se ha reducido en pro de una creciente gastro-anomia definida por la transformación de la/ del comensal en consumidoras/es solitarias/os[4]. Comer se ha convertido en una fuente de estrés frente al compartir la comida.





OUR FOOD
OUR FUTURE

ES EL MOMENTO DE LA FAST-FOOD,
DE LOS ALIMENTOS PRECONGELADOS
O ULTRAPROCESADOS
Y DEL EXCESO DE
AZÚCARES.

CABE ARTICULAR PUES
FORMAS DE RESISTENCIA
QUE TIENDAN A LA RECUPERACIÓN DE
LA AUTOAFIRMACIÓN GRUPAL,
DE LA AYUDA MUTUA
Y DE LA REGENERACIÓN DE LAZOS COMUNITARIOS.
REPENSAR NUESTRAS FORMAS DE CONSUMO ALIMENTARIO
PUEDE AYUDARNOS A RECONSTRUIR UN SISTEMA BASADO
EN UNA 'CIUDADANÍA ECOLÓGICA' CONSCIENTE DE LA
CRISIS CIVILIZATORIA Y QUE, A TRAVÉS DE LA
CONSTRUCCIÓN DE
REDES AGROALIMENTARIAS ALTERNATIVAS, COADYUVE A
LA RESTAURACIÓN DE VÍNCULOS COMUNITARIOS,
CULTURALES E IDENTITARIOS SOBRE UNA ÉTICA ALIADA
CON EL MEDIO AMBIENTE Y EL BIENESTAR
DE LAS PERSONAS
Y DE LAS COMUNIDADES.

VISIBILIZAR CLAVES PARA EL FOMENTO DE UN
SISTEMA ALIMENTARIO
ALTERNATIVO AL AGROINDUSTRIAL MAYORITARIO ACTUAL
REPRESENTA
UNA PRIORIDAD.

#eatwithlove!



Co-funded by
the European Union



Andalucía Acoge

En sus Perspectivas democráticas Walt Whitman[5] establecía en 1882 un nexo entre la joven democracia norteamericana y la Naturaleza. Y no es para menos: la renovación de nuestras democracias depende de lo capaces que seamos de incorporar relaciones sostenibles con el Medio. Depende sólo de nosotras/os.

La democracia [...] debe por una parte ser revitalizada por medio de un contacto regular con la luz exterior, el aire, el crecimiento, las escenas de granja, los animales, los árboles, los pájaros, la calidez del sol y la libertad de los cielos; de lo contrario, indudablemente decaerá y palidecerá. [...] No concibo el firme florecimiento y el carácter heroico de la democracia en los Estados Unidos, o de la democracia completamente autosuficiente, sin que el elemento de la naturaleza forme parte principal, sea su elemento salutífero y de belleza, donde verdaderamente se halla toda la política, la salud, la religión y el arte del Nuevo Mundo. (p.371)

#eatwithlove!



Co-funded by
the European Union



Andalucía Acoge

A woman with blonde hair, wearing a green jacket over a white t-shirt and yellow headphones around her neck, stands in a dense forest. She is holding a red smartphone in her right hand and pointing her left index finger upwards towards the top right corner of the frame. The background is a dark, cloudy sky above a hillside covered in coniferous trees.

OUR FOOD
OUR FUTURE

INFORMACIÓN
MÁS
TRANSFORMACIÓN

En el S. XXI nos enfrentamos a grandes retos civilizatorios que nos interpelan directamente como ciudadana/os para cuestionarnos y cambiar nuestros hábitos cotidianos en muchas esferas, desde cómo, dónde y en qué medida adquirimos los bienes básicos y accesorios que sustentan nuestra vida, hasta cómo nos relacionamos con nuestra red socioeconómica más próxima y aquella de alcance global.

Desde la agroecología se plantea un cambio de paradigma multidimensional que comporte un uso de los recursos naturales más sostenible que garantice la seguridad de las generaciones futuras y de las otras especies del planeta, así como la creación de relaciones sociales que nos humanicen y nos conecten a través de la cohesión comunitaria. La propuesta más destacable son las redes alimentarias alternativas que además de conseguir estos propósitos son una opción saludable para recuperar hábitos alimentarios más sanos basados en alimentos frescos y en la dieta mediterránea.

¿A QUÉ NOS REFERIMOS CUANDO HABLAMOS DE AGROECOLOGÍA Y DE SOBERANÍA ALIMENTARIA?

Desde hace unos años se usan con más frecuencia los términos agroecología y agroecológico/a. Sin embargo, la irrupción de estos términos en el lenguaje cotidiano, generalmente a través de noticias y de publicidad de iniciativas públicas o privadas, no ha ido acompañada de una determinación exacta de su significado.

Frecuentemente encontramos en los medios de comunicación y en las plataformas de internet contenidos sobre políticas públicas que impulsan la agroecología, pero también algunas destacando que la agroindustria emprende iniciativas en este sentido, lo cual genera ambigüedad sobre estas relativamente nuevas tendencias. Con el objetivo de aclarar los términos, que son el alma de esta publicación, a continuación, detallaremos qué significa y cómo surge la agroecología.

En los ambientes académicos, instituciones y asociaciones que se ocupan de la agricultura, hay un consenso en cuanto al significado del término agroecología y es el siguiente:



**LA AGROECOLOGÍA
ES UNA CIENCIA MULTIDISCIPLINAR,
UN CONJUNTO DE PRÁCTICAS AGRONÓMICAS PARA
PRODUCIR ALIMENTOS
Y UN MOVIMIENTO SOCIAL.**

Este triple significado es lo que se conoce como “las tres patas de la agroecología”. Visto así no es extraño que haya cierta confusión respecto al término. Pero finalmente todo tiene una coherencia.

TRABAJANDO EN COLECTIVO

Para entender esta polisemia, vayamos a los orígenes. Aunque el término se empezó a usar en la década de los 30 del S.XX, en los años 80 la agroecología toma impulso como movimiento inicialmente en Latinoamérica asociada directamente a la afirmación de la soberanía alimentaria como respuesta al avance del modelo agrícola industrial exportador que necesitaba de grandes extensiones y se vio favorecido por las tendencias económicas globalizadoras.

Este modelo emergente desplazaba y amenazaba la producción agrícola tradicional basada en la agricultura familiar, de manera que las/los campesinas/os latinoamericanas/os se organizaron entorno a asociaciones y sindicatos para proteger su conocimiento ancestral y defender su derecho de acceso a la tierra.

Así, en los años 90 se sucedieron diversas protestas a nivel global en oposición a las políticas neoliberales que favorecían la explotación de los recursos naturales y generaban desigualdad, a la vez que vendían el discurso del desarrollo sostenible, creándose en 1993 la Vía Campesina, un movimiento campesino internacional que actualmente aglutina a más de 180 organizaciones de 81 países de África, América, Europa y Asia[6].

La actividad de **LA VÍA CAMPESINA** se centra en la representación del movimiento campesino en las instituciones donde se toman decisiones que les afectan y en la coordinación de las diferentes organizaciones para unificar líneas de acción.



Para ello organizan regularmente conferencias en las que se debate y se recogen acuerdos. En 1996 se definió por primera vez el término **"SOBERANÍA ALIMENTARIA"**, siendo la definición de 2007 la aceptada actualmente, recogida en la Declaración de Nyéléni[7]:

"LA SOBERANÍA ALIMENTARIA ES EL DERECHO DE LOS PUEBLOS A ALIMENTOS NUTRITIVOS Y CULTURALMENTE ADECUADOS, ACCESIBLES, PRODUCIDOS DE FORMA SOSTENIBLE Y ECOLÓGICA, Y SU DERECHO A DECIDIR SU PROPIO SISTEMA ALIMENTARIO Y PRODUCTIVO.
ESTO PONE A AQUELLOS QUE PRODUCEN, DISTRIBUYEN Y CONSUMEN ALIMENTOS EN EL CORAZÓN DE LOS SISTEMAS Y POLÍTICAS ALIMENTARIAS, POR ENCIMA DE LAS EXIGENCIAS DE LOS MERCADOS Y DE LAS EMPRESAS.

DEFIENDE LOS INTERESES DE, E INCLUYE A, LAS FUTURAS GENERACIONES. NOS OFRECE UNA ESTRATEGIA PARA RESISTIR Y DESMANTELAR EL COMERCIO LIBRE Y CORPORATIVO Y EL RÉGIMEN ALIMENTARIO ACTUAL, Y PARA ENCAUZAR LOS SISTEMAS ALIMENTARIOS, AGRÍCOLAS, PASTORILES Y DE PESCA PARA QUE PASEN A ESTAR GESTIONADOS POR LOS PRODUCTORES Y PRODUCTORAS LOCALES. LA SOBERANÍA ALIMENTARIA DA PRIORIDAD A LAS ECONOMÍAS LOCALES Y A LOS MERCADOS LOCALES Y NACIONALES, Y OTORGÁ EL PODER A LOS CAMPESINOS Y A LA AGRICULTURA FAMILIAR, LA PESCA ARTESANAL Y EL PASTOREO TRADICIONAL, Y COLOCA LA PRODUCCIÓN ALIMENTARIA, LA DISTRIBUCIÓN Y EL CONSUMO SOBRE LA BASE DE LA SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL, SOCIAL Y ECONÓMICA.

LA SOBERANÍA ALIMENTARIA PROMUEVE EL COMERCIO TRANSPARENTE, QUE GARANTIZA INGRESOS DIGNOS PARA TODOS LOS PUEBLOS, Y LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES PARA CONTROLAR SU PROPIA ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN.

GARANTIZA QUE LOS DERECHOS DE ACCESO Y A LA GESTIÓN DE NUESTRA TIERRA, DE NUESTROS TERRITORIOS, NUESTRAS AGUAS, NUESTRAS SEMILLAS, NUESTRO GANADO Y LA BIODIVERSIDAD, ESTÉN EN MANOS DE AQUELLOS QUE PRODUCIMOS LOS ALIMENTOS.

LA SOBERANÍA ALIMENTARIA SUPONE NUEVAS RELACIONES SOCIALES LIBRES DE OPRESIÓN Y DESIGUALDADES ENTRE LOS HOMBRES Y MUJERES, PUEBLOS, GRUPOS RACIALES, CLASES SOCIALES Y GENERACIONES."

Paralelamente a la movilización política, que se vio ampliada en entornos urbanos e institucionales por movimiento ecologista, el campesinado se cuestionó las prácticas agronómicas que impulsó la Revolución Verde[8] en diferentes puntos del planeta porque detectaron que el uso de los insumos comerciales les generaba dependencia y degradaban tanto los ecosistemas como su economía y su soberanía alimentaria. Así es como se empiezan a estudiar las prácticas agrícolas tradicionales que conservan la fertilidad de los suelos integrando la agricultura y la ganadería, estableciendo policultivos que amortiguan los problemas de plagas y enfermedades en contraposición a los monocultivos, generando redes de guardianes de semillas para conservar el patrimonio vegetal, etc. Es en este sentido en el que la agroecología es un conjunto de prácticas agronómicas. Es entonces cuando esos grupos de productoras inician también las primeras certificaciones que no fueron reguladas por las administraciones hasta un tiempo después.

AGROECOLOGÍA VERSUS PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

Otra información que nos puede ayudar para poder elegir qué consumimos es la referente a las diferentes certificaciones de productos ecológicos.

LA AGROECOLOGÍA NO ES SINÓNIMO DE AGRICULTURA ECOLÓGICA

Es cierto que muchas productoras ecológicas siguen también los preceptos de la agroecología, pero no es necesariamente así, ya que la certificación ecológica se rige por unas normas aprobadas por los estados y sólo cumpliendo dichas normas se puede etiquetar y comercializar un producto como ecológico.

Estas normas se centran en prohibir el uso de diferentes productos nocivos para el medioambiente y para la salud de las personas, como son los fertilizantes o los fitosanitarios (plaguicidas, fungicidas, etc.) sintéticos. Por ejemplo, la producción de nitratos en reactores químicos a partir de nitrógeno atmosférico es la responsable de un 8,3% del consumo de energía a escala

mundial[9]. Por otro lado, los fitosanitarios de síntesis empleados para reducir el impacto de las plagas y de las enfermedades en los rendimientos generan grandes desequilibrios ambientales y una pérdida de biodiversidad alarmante.

Sin embargo, durante décadas y todavía hoy, son considerados necesarios por parte de una parte del sector agrario debido a resultar realmente difícil controlar los problemas de plagas y enfermedades en los sistemas productivos basados en el monocultivo.

Entonces, ¿qué aporta la agricultura ecológica?

A fin de cuentas, es una garantía de que estas prácticas tan nocivas no se utilizan, lo cual es un avance importante. Entonces, ¿las normas que regulan esta certificación son suficientes?

Realmente no, porque, aunque recomiendan prácticas consideradas agroecológicas, como pueden ser: diversificar cultivos, promover la fertilidad y la vida microbiana en el suelo y otras prácticas que favorecen la sostenibilidad de los medios de producción alimentaria, no las exigen y existen productos ecológicos en el mercado que no cuidan los elementos fondo de los agroecosistemas (suelo, biodiversidad, etc.), dándose lo que se llama “la agricultura ecológica de sustitución de insumos”.

Además, estas normas no regulan la comercialización en términos espaciales, permitiendo el consumo de productos certificados a miles de kilómetros, entre otros aspectos. Para que sea agroecológico, el producto debe ser de proximidad.

Sin embargo, salvo excepciones de alcance local a través de los llamados Sistemas Participativos de Garantía (SPGs), los productos agroecológicos generalmente no tienen sello que los distinga de los ecológicos, por lo que la relación de confianza entre las personas productoras, intermediarias y consumidoras suele ser la garantía necesaria para saber que el producto tiene las características deseadas.



CONCIENCIA: EL SABER ES PODER

**"INSTRÚYANSE, PORQUE NECESITAMOS TODA NUESTRA INTELIGENCIA. CONMUEVÁNSE, PORQUE NECESITAMOS TODO NUESTRO ENTHUSIASMO. ORGANÍCENSE, PORQUE NECESITAMOS DE TODA NUESTRA FUERZA"
(ANTONIO GRAMSCI)**

La agroecología surge como respuesta a la expansión de la agroindustria, en la que el campesinado y la ciudadanía perdían poder de decisión en cuanto a cómo se gestionaba la producción y el consumo de alimentos, lo cual llevó a formar un movimiento político que propuso un modelo alternativo.

EN LA ACTUALIDAD, LAS OPCIONES DE ACCESO A LOS ALIMENTOS SON MUY DIVERSAS. SIN EMBARGO, SIN UN EJERCICIO CRÍTICO LAS INERCIAS COTIDIANAS NOS LLEVAN A ADQUIRIR ALIMENTOS EN LOS GRANDES CENTROS COMERCIALES EN LOS QUE LA OFERTA ESTÁ CONCENTRADAS Y QUE NOS BOMBARDEAN CON MENSAJES PUBLICITARIOS Y PROMESAS DE ÉXITO A TRAVÉS DEL CONSUMO. ADEMÁS, LOS RITMOS VITALES DERIVADOS DEL MODELO ECONÓMICO MERCANTILIZADO (DIFÍCIL CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL CON LA LABORAL, ESCASA CAPACIDAD DE AHORRO E INVERSIÓN, ETC.) PROVOCAN QUE LAS PERSONAS TENDAMOS A SEGUIR LAS TENDENCIAS MAYORITARIAS SIN CUESTIONARNOS LAS BUSCANDO LA AUTORREALIZACIÓN A TRAVÉS DE LO MATERIAL.

Pero no es la única manera de relacionarnos con el tejido productivo y de servicios. El problema en muchas ocasiones es la falta de información, paradójicamente a pesar de que vivamos en la era de la información. Ese mismo exceso de información provoca que cueste encontrar las propuestas alternativas y requiere de una voluntad expresa.

Además, para poder imaginar escenarios de cambio y llevar a cabo un consumo consciente y crítico necesitamos conocer y tomar conciencia de los efectos de la actividad humana.

HACER DE LA NECESIDAD VIRTUD (O CÓMO APOSTAR POR LA COHERENCIA)

SE CONSIDERA NECESARIO FACILITAR LA TRANSICIÓN HACIA UN CONSUMO EN EL QUE LAS PERSONAS TOMAN LAS RIENDAS Y DECIDEN QUÉ MODELO DE SOCIEDAD QUIEREN, TENIENDO PRESENTE EN TODO MOMENTO SU MISMA SALUD Y LA DEL PLANETA, PERO TAMBién CÓMO SE CONECTAN ENTRE ELLAS Y CÓMO SE RELACIONAN PARA CREAR ESTAS NUEVAS FORMAS DE EXISTIR.

Primero de todo debemos tomar conciencia de que se nos acaba el tiempo, el cambio es urgente. A partir de ahí sólo nos queda pasar a la acción y vencer la apatía. Existen muchas opciones de co-creación social encaminadas a transitar hacia **SISTEMAS ALIMENTARIOS LOCALES DE BASE AGROECOLÓGICA (SALBA)**

que tiene múltiples objetivos y beneficios y comparten muchos de ellos con el ecofeminismo, como estimular la economía local, mejorar la calidad de vida de las productoras y de la sociedad en general, establecer conexiones campo-ciudad que generan soberanía alimentaria y cohesión territorial, fijación de población en el medio rural y, por supuesto, conservar los ecosistemas, los agroecosistemas y todo el conocimiento asociado.

Para ello es necesario repensar las cadenas de distribución y el contenido de nuestra cesta de la compra. Uno de los principios agroecológicos es que el consumo de alimentos debe producirse y consumirse de manera local para reducir los efectos dañino a nivel medioambiental y establecer relaciones de proximidad y confianza, los llamados canales cortos de comercialización. También es necesario un cambio de dieta priorizando los alimentos de origen vegetal (cereales, legumbres, verdura, fruta, frutos secos, etc.) respecto a los de origen animal (carne, lácteos, huevos, etc.), además de reducir al máximo o eliminar los alimentos procesados y a domicilio[10]. Esto puede parecer imposible de llevar a cabo, pero no lo es, cada vez más personas se suman a propuestas para racionalizar y mejorar la alimentación, como por ejemplo el batch cooking. Otra propuesta emergente son los comedores de barrio, espacios donde las vecinas

#eatwithlove!



Co-funded by
the European Union



Andalucía Acoge

se coordinan para preparar un menú diario a precio de coste y así generar vínculos sociales, mejorar la alimentación y reducir el impacto ambiental[11].

CONEXIONES: CAMPESINAS/OS, POLÍTICAS PÚBLICAS Y ACCESO A LOS ALIMENTOS

La demanda en España de productos ecológicos ha aumentado considerablemente en los últimos años, hecho que en parte es debido al afianzamiento de un sistema agroalimentario más equitativo y adaptado a las exigencias actuales de la transición ecológica. Con el fin de aumentar la base social y que pueda llegar a más personas, es preciso seguir profundizando en un salto de escala a través de la cooperación y de la reconexión entre productoras/es, administraciones y plataformas ciudadanas.

La tendencia al alza en España tanto del consumo nacional de alimentos ecológicos per cápita así como del gasto alimentario indican la creciente sensibilización de la población con una alimentación sana basada en el consumo de productos locales y respetuosa con el medio ambiente[12].

Sin duda alguna, estos cambios en los hábitos alimentarios favorecen la transición hacia un sistema agroalimentario más sostenible, compatible con la conservación de los ecosistemas y de los recursos naturales y también capaces de reequilibrar las relaciones de poder en la cadena alimentaria.

A pesar de que según el Instituto Complutense de Análisis Económico (ICAE) el 61% de las personas que residen en España todavía realiza su cesta de la compra habitual en las grandes superficies, también es cierto que cada vez es mayor la conciencia de los efectos perversos del sistema alimentario hegemónico: elevadísimos costes energéticos y medioambientales, generación desproporcionada de desperdicios y concentración de la mayoría de la cuota de mercado en un reducido número de empresas que logran precios y costes bajos debidos al aumento de la presión sobre las producciones agrarias y sobre los márgenes comerciales de la cadena alimentaria[13].

Defender a la alimentación como derecho y no como negocio se traduce inevitablemente en una distribución equitativa entre todos los componentes de la cadena de valor y un empoderamiento mutuo entre los mismos a través de relaciones de confianza[14]. Por último, mediante la vinculación y adaptación al territorio, se busca reducir el impacto ambiental y el empleo de insumos externos y apostar por un desarrollo rural equilibrado que dé lugar a redes de intercambio de conocimiento entre todas las partes (productoras/es, pequeñas/os operadoras/es agrarios y personas consumidoras).

El modelo mercantilizado del sistema alimentario es el principal obstáculo para la consolidación de un sistema alimentario más equitativo y basado en una producción y consumo sostenibles[15]. Pero no es la única razón. Para que éste pueda ser accesible a sectores más amplios de población, necesita dar un salto de escala que transforme y desborde el actual marco local e institucional y permita el arraigo de unas bases institucionales imprescindibles para posibilitar un cambio de las infraestructuras, de los modelos productivos y de los valores colectivos. Sin duda alguna éste sólo puede efectuarse mediante la cooperación e interconexión de tres elementos fundamentales: las experiencias agroecológicas y las Redes Alimentarias Alternativas, las instituciones políticas y la acción ciudadana. Ninguno de los tres garantiza por sí solo el necesario salto de escala que se demanda, lo que hace fundamental una nueva acción colectiva que active a las tres partes desde marcos cooperativos. Por tanto, la reconexión entre los tres elementos es condición de posibilidad para superar el actual marco institucional y dar paso así a un nuevo sistema agroalimentario con una mayor base social e inspirado en los principios políticos, ecológicos y sociales de la agroecología[16][17].

LAS EXPERIENCIAS AGROECOLÓGICAS Y LAS REDES ALIMENTARIAS ALTERNATIVAS

Para hacer frente a la creciente demanda de su producción y hacer más accesibles sus precios, las explotaciones agroecológicas en España están

procediendo en los últimos años a organizarse bajo una fórmula cooperativa, que les dota de una mayor resiliencia frente a los embates del mercado. La organización en **FOOD HUBS SOSTENIBLES** es la respuesta de las/os pequeñas/os productoras/es al reto de conformar sistemas alimentarios territorializados, justos y sostenibles.

Las/los productoras/es agrarias/os, las/os campesinas/os, conforman la base del sistema alimentario y es evidente que son su elemento más importante, pues sin ellas/os no sería posible ninguna cadena alimentaria. Por tanto, la implementación de un sistema alimentario más justo requiere antes que nada tener en cuenta su trascendencia considerando no sólo la producción agrícola sino también el reconocimiento de la importancia y valor del trabajo agrario y de sus condiciones laborales. De hecho, con la progresiva organización del movimiento agroecológico en las (grandes) ciudades desde las movilizaciones del 15-M en 2011, comenzó a cobrar fuerza la demanda de un sistema alimentario centrado en la agroecología en el marco de la Soberanía Alimentaria demandada por Vía Campesina. Las propuestas de unas nuevas relaciones entre el campo y la ciudad derivadas de la correlación entre producción y consumo deben basarse no sólo en base a la solidaridad y a la cooperación, sino también en el derecho a una alimentación saludable y sostenible y en la justicia social[18].

Bajo estas premisas emergieron por las diferentes ciudades del Estado diferentes modelos de redes alimentarias autogestionadas[19] que conectaban solidariamente pequeñas producciones agroecológicas rurales con un consumo urbano organizado en grupos y cooperativas de consumo[20]. Al basarse en los principios de agroecología, esto es, al vincular la agricultura con los procesos naturales impulsaban la biodiversidad y la regeneración de los suelos, al tiempo que lograban un mayor control de los precios a través de la creación de relaciones directas con las/os productoras/es o con un reducido número de agentes intermediarios[21].

No obstante, la proliferación de estas redes no ha impedido el hecho de que todavía sea habitual que buena parte de las fincas y los proyectos agroecológicos sean frágiles o incluso se encuentren en una indeseada situación de auto explotación. Suelen tratarse de explotaciones pequeñas que en ocasiones han tendido a estar poco coordinadas entre sí y por lo general con poca capacidad de inversión.

A ello se añade el problema de los altos costes logísticos (transporte y distribución a puntos de venta por lo general dispersos) y que al realizarse de manera individualizada redonda a su vez en una importante huella ecológica como consecuencia del transporte de mercancías.

Para hacer frente a esta situación, productoras/es de territorios cercanos se han organizado en los últimos años para reducir los costes del suministro a los mercados urbanos. Ello ha supuesto la creación de los llamados Food Hubs sostenibles, que son centros logísticos cooperativos –esto es, propiedad de las/os socias/os-, conformado por “pequeñas/os productoras/es agroecológicas, transformadoras/es y distribuidoras/es de alimentos locales para la realización de funciones logísticas y de intercambio mayorista”[22].

Además de reducir los costes del transporte y minimizar el impacto ecológico, su principal objetivo es centralizar la distribución y comercialización de los productos desde criterios de la Economía Social y Solidaria. Junto a éste, se desprenden otros no menos importantes: concentración de la oferta, mejorar la accesibilidad a los puntos de entrega del mercado regional e integrar cooperativamente la comercialización a través de canales cortos (ampliación de la cartera de clientes, creación de un catálogo comercial común y actividades de promoción y marketing)[23].

En los últimos años se han conformado en España siete centros logísticos de apoyo a la producción ecológica y sostenible: Alimentando Córdoba, Ecotira (MercaValència), que permite la venta de productos

#eatwithlove!



Co-funded by
the European Union



Andalucía Acoge

locales y de proximidad a empresas del sector, Vallaecolid, CIAP Barcelona, Anthophila (Zaragoza), Sareko (especializado en el sector de la restauración en Euskadi), Ecocentral (l'Hospitalet del Llobregat), y Ecomedores (Canarias), estando estos dos últimos orientados al abastecimiento de los comedores escolares de sus respectivos territorios.

No obstante, esta respuesta de las/os productoras/es agroecológicos sólo es sostenible en la medida en que haya una demanda amplia y organizada en el final de la cadena alimentaria. Para asegurar una conexión entre ambas partes, es indispensable la co-creación de políticas regionales y municipales enfocadas al fomento de una nueva cultura alimentaria, centrada en la agroecología y capaz de dinamizar los agroecosistemas y respetar la importancia de la labor campesina.

#eatwithlove!



Co-funded by
the European Union



Andalucía Acoge



OUR FOOD
OUR FUTURE

RELACIONES,
COOPERACIÓN
Y BIEN COMÚN

AUNQUE EL SISTEMA AGROALIMENTARIO ESTÁ COMPUSTO EN PARTE POR LOS ELEMENTOS BIOFÍSICOS (SUELOS, AGUA, NUTRIENTES, BIODIVERSIDAD CULTIVADA, CABEZAS DE GANADO, ETC.)

QUIENES LO REGULAMOS Y LO CONSTRUIMOS SOMOS LAS PERSONAS.

POR ELLO LA AGROECOLOGÍA TIENE UN COMPONENTE SOCIAL MUY MARCADO. SOMOS NOSOTRAS QUIENES APOSTAMOS MEDIANTE NUESTRO CONSUMO POR UN MODELO U OTRO.

Las relaciones comerciales han cambiado mucho en las últimas décadas. Hasta finales del S.XIX no existía en Europa una red de exportación de frutas y verduras económicamente significativo. Las mejoras en el transporte (desarrollo del ferrocarril y de los motores de combustión) propiciaron la expansión del modelo exportador, relevante a partir de la segunda mitad del S. XX.

Entonces, la población todavía no vivía masivamente en las ciudades y las estructuras productivas cooperativas eran aún fuertes y los volúmenes exportados estaban repartidos entre muchos agentes. Sin embargo, a raíz de la industrialización en España y el éxodo rural, la población activa agraria fue decreciendo y así el modelo de agricultura familiar y el peso en el mercado de las cooperativas en favor del sector privado de comercialización hortofrutícola.

Así, los precios en origen (la fracción del PVP que percibe la producción) han ido descendiendo hasta no alcanzar el precio de coste en muchos casos. Tanto es así, que en 2020 se aprobó en España la llamada "ley de precios justos", Real Decreto-ley 5/2020, de 25 de febrero, por el que se adoptan determinadas medidas urgentes en materia de agricultura y alimentación, con la finalidad de evitar esas prácticas abusivas.

Además de las comercializadoras, otro de los agentes con mayor responsabilidad de esta situación son las grandes cadenas de distribución alimentaria, los supermercados, ya que concentran la demanda de grandes volúmenes, lo cual les confiere poder en la fijación de precios. Todo esto provoca la caída de la rentabilidad de la agricultura familiar y lo que es



preocupante, todavía más si cabe, es la falta de relevo generacional. Ante estas perspectivas de viabilidad poco halagüeñas, son pocas las personas jóvenes que deciden dedicarse a la agricultura o a la ganadería.

La principal propuesta de la agroecología para revertir este problema es la de mejorar las relaciones entre la parte productora y la parte consumidora, de manera que ambas acuerden condiciones justas que atribuyan importancia y valor a la actividad agraria.

Una de las premisas es que sin campesinado no es posible la agroecología y la mayoría de iniciativas públicas y civiles van en este sentido. El otro aspecto que define las relaciones en las redes alimentarias alternativas es la confianza entre las partes. Esto, aunque parece sencillo, tiene múltiples implicaciones.

Optar por las opciones agroecológicas es un posicionamiento político, que conlleva valores de reciprocidad, generosidad, honestidad y responsabilidad. Partiendo de esa base, las relaciones se construyen a través de una comunicación clara y desde la seguridad de que se comparten unos objetivos comunes.

Idealmente esto se materializa dialogando, dando a conocer de manera transparente y assertiva las necesidades de cada parte y asumiendo conjuntamente los compromisos siempre revisables. La confianza se construye con el tiempo y es un proceso que no debe descuidarse.



OUR FOOD
OUR FUTURE

NUEVAS
RELACIONES
PARA NUEVAS
ALTERNATIVAS

Los tipos de canales cortos existentes, las iniciativas que se emprenden en las Redes Alimentarias Alternativas para generar y sostener esta confianza son muy variadas, pero las más frecuentes son: la creación de espacios donde se comparte la toma de decisiones (asociaciones, cooperativas, etc.) pero también momentos de ocio y esparcimiento de manera que se genera un tejido social cohesionado que va más allá de la mera compraventa de productos.

GRUPOS Y COOPERATIVAS DE CONSUMO O DE PRODUCTORAS/ES

Existen varios modelos de redes alimentarias. Las cooperativas y grupos de consumo fueron las primeras redes ciudadanas en vincularse con proyectos agroecológicos próximos alineando a productoras/es y consumidoras/es con la Soberanía Alimentaria[24]. Toman de esta forma un mayor control sobre lo que producen y consumen, logrando así una relativa independencia del sistema alimentario industrializado a la par que llevaban a la práctica su rechazo a un modelo de urbanismo basado en la gentrificación, en la construcción y en la especulación inmobiliaria, creando redes vecinales.

Estas redes disfrutaron de un nuevo impulso en el contexto de contestación social del 15M. Su modelo de gobernanza es horizontal y asambleario.

Bajo su concepción de la alimentación como un derecho y al inspirarse en los principios de la agroecología y de la Soberanía Alimentaria valoran en su consumo los atributos de proximidad (mayor cercanía posible de la producción), sostenibilidad y justicia social (retribución de precios justos en la cadena de valor).

El mantenimiento de estas cooperativas y grupos de consumo depende de la implicación de las/los miembros, que se comprometen a participar por lo general en las tareas regulares de reparto y distribución de las cestas, dado que o bien carecen de estructuras logísticas o bien el reparto recae directamente



en las/os productoras/es. Por otra parte, sus cestas se limitan a alimentos básicos (fruta, verdura, pan, huevos, lácteos, aceite, etc.), razón por la cual las/los miembros de esas cooperativas deben completar el resto de la compra por otras vías[25].

SUPERMERCADOS COOPERATIVOS

Un paso más allá de estas redes, pero también inspiradas en la Soberanía Alimentaria, son los supermercados cooperativos originados para aumentar la oferta y facilitar así la obtención de una cesta compuesta en su mayoría por alimentos sostenibles., se crean por las mismas personas consumidoras con la intención de tener un mayor control sobre su propia alimentación y sobre la negociación de precios, en consonancia con los valores agroecológicos.

Al pertenecer a las personas socias, estos son quienes deciden y auto gestionan el supermercado, lo que redunda en su participación (mensual por lo general) en tareas básicas del mantenimiento de un supermercado: reposición de productos en los lineales, caja, control del peso de fruta y verdura o la limpieza de las instalaciones.

El modelo de gobernanza mantiene la lógica asamblearia, si bien para mejorar su gestión existen diferentes comisiones 'sectoriales' abiertas a la participación de cualquier socia o socio. Al no tener ánimo de lucro, los beneficios se reinvierten para la rebaja de precios. Hoy en día se cuentan 16 supermercados cooperativos en el conjunto del territorio: La Osa (Madrid), BioLíbere (Getafe), Som Alimentació (Valencia), BioTrémol (Alicante, Castalla y Yecla), Almocafre (Córdoba), La Rendija y La Ortiga (Sevilla), A Vecinal (Zaragoza), FoodCoop (Barcelona), El Rodal (Sabadell), La Feixa (Mataró), SuperCoop (Manresa), Landare (Pamplona), Árbore (Vigo) y BioAlai (Vitoria-Gasteiz).

Con ánimo de impulsar su modelo de distribución y ayudarse mutuamente, la mayoría de estos supermercados se han asociado en la Red de Supermercados Cooperativos[26].



AGRICULTURA SOSTENIDA POR LA COMUNIDAD (ASC)

La Agricultura Sostenida por la Comunidad (ASC o CSA por sus siglas en inglés) no es en sí un canal corto de comercialización, sino un tipo de relación entre las partes productora y consumidora.

En este modelo las consumidoras tienen mayor implicación para con la producción, ya que asumen los riesgos (pérdidas por sequía o inundaciones, bajas laborales, etc.) amparando completamente a la productora. Es el caso más activista e implicado de los que hasta la fecha se conocen. Podría decirse que está un escalón más arriba respecto a los grupos de consumo y lo destacamos aquí por ser el modelo más justo.

Al ser más una idea que un sistema, existen múltiples maneras de organización. En la mayoría de los casos, las consumidoras y las productoras programan un calendario de cultivos en función de la demanda de las familias y las primeras pagan una cuota fija, recojan o no los productos, que garantiza la viabilidad económica y personal de las segundas. Esto amortigua el efecto de los riesgos de la producción como el descenso puntual de la demanda, por ejemplo, en verano cuando muchas de las consumidoras cambian de residencia y es cuando hay más producto de la huerta. En otras ocasiones, las personas a priori consumidoras son también las responsables de la producción, haciéndose cargo colectivamente de las huertas dedicando cierto tiempo a la semana, pudiendo tener a una persona contratada que no asume los mencionados riesgos. Un ejemplo de este modelo es la Asociación Cooperativa Agroecológica La Acequia de Córdoba.

A escala internacional existe una organización que coordina y fomenta este modelo de relación producción-consumo, Urgenci, y en España la Coordinadora Baladre es el referente estatal.

MERCADOS DE VENTA DIRECTA

Este tipo de mercados son aquellos en los que las productoras acuden con una periodicidad determinada a vender sus productos, son los llamados mercados agroecológicos y reproducen el sistema tradicional de “plaza” de venta directa a las consumidoras.

Actualmente estos mercados se ubican con periodicidad semanal, quincenal o mensual en lugares públicos céntricos muy concurridos, son gestionados mayoritariamente por los ayuntamientos y tienen que cumplir las ordenanzas de venta no sedentaria municipales. Pero la mayoría de ellos fueron impulsados inicialmente por iniciativa de alguna asociación local y al consolidarse y expandirse las políticas públicas agroecológicas, han pasado a ser de gestión pública.

En estos mercados de venta directa, los precios son fijados por las productoras y en este sentido no hay tanta participación de la parte consumidora en cómo se gestiona la relación. Sin embargo, la afluencia de público suele ser buena y a las productoras les supone un ingreso importante que les ayuda a hacer viables sus proyectos. Y, en cualquier caso, facilitan el acceso a estos productos a toda la ciudadanía y se generan relaciones cercanas al ser los mercados de periodicidad regular.

Muchas de las ciudades capitales de provincia y cabeceras comarcales de España cuentan con estos mercados, como por ejemplo Granada, Sevilla, Córdoba, Zaragoza, Huesca, Bilbao, Madrid, Barcelona, Girona, Valencia, Godella, Alzira, Palma de Mallorca, Santa Cruz de Tenerife, etc.

COMERCIO DE PROXIMIDAD

Este tipo de comercios son aquellos conocidos como los “comercios de barrio”. Pueden ser pequeños o medianos establecimientos que están especializados en alimentación o paradas en mercados sedentarios. Las personas de menos de 35 años todavía tenemos en la memoria cómo se compraba en los años 80 y 90,

antes de que las grandes cadenas de supermercados invadieran los barrios. Aunque ya existían los hipermercados a las afueras de las ciudades, las familias se abastecían en gran parte en las pequeñas tiendas de barrio (panadería, frutería, carnicería, pescadería, ultramarinos, etc.).

Muchos de estos comercios tradicionales han desaparecido de nuestras ciudades generando una gran erosión cultural. Pero algunos sobreviven y otros nuevos han ido apareciendo adaptándose a las tendencias de consumo de la ciudadanía.

Por ejemplo, ahora es frecuente encontrar productos agroecológicos en verdulerías y en herboristerías, incluso cada vez hay más tiendas de productos como pan y productos elaborados para veganos (tofu, hamburguesas y patés vegetales, etc.).

La característica común de estos comercios es la alta calidad de sus productos, en muchos casos artesanos. Además, suelen ofrecer otros productos de la zona generando economía local, repartiendo la riqueza entre más personas respecto a los supermercados. Las relaciones que se generan también son de confianza y de proximidad, así que son una muy buena alternativa para abastecernos de alimentos.

¡Os animamos a encontrar estos comercios en vuestros barrios!

VENTA A PIE DE FINCA

Esta opción de consumo está basada en que las personas consumidoras se desplazan hasta el punto donde se lleva a cabo la producción. En este caso la persona productora se hace cargo de gestionar los pedidos y los prepara para su recogida.

Aunque hace pocas décadas era muy frecuente este tipo de comercialización, especialmente en los pueblos donde las productoras ofrecían en sus propias casas los productos, actualmente no es el más frecuente, ya que requiere de una clientela muy comprometida y con una sensibilidad acentuada hacia lo rural.



Otra característica de este sistema es que es mucho más práctico para la productora, ya que no tiene que invertir tiempo y recursos en la distribución. Pero cabe destacar que tiene algunos beneficios interesantes. La visita a las parcelas, entrar en contacto con los medios de producción, ver cómo evolucionan en el tiempo los cultivos o el ganado según las condiciones climáticas y el contacto directo regular con las productoras favorecen la empatía por parte de las personas consumidoras y la generación de relaciones de confianza. Además, en muchos casos, las personas consumidoras se animan a participar en la producción de manera desinteresada o a cambio de productos, pasando a formar parte del proyecto a otro nivel.

Para identificar esta opción de consumo es necesario primero identificar a las productoras que operan cerca de nosotras/os y que participan en los canales cortos de comercialización de nuestra zona. Es entonces cuando podemos hacerles la consulta de si tienen la opción de recogida en finca.

VENTA ONLINE

En el contexto de digitalización de la sociedad y preocupación por el cuidado de la salud, se han disparado las ventas online de productos ecológicos. Para ellos, las fórmulas son muy diversas y abarcan desde los canales digitales de los grandes canales de distribución a ventas desde las mismas fincas. Uno de los ejemplos más recientes es el caso de "Huerta Próxima", impulsado por Intervegas y tiene como finalidad conectar a pequeñas/os agricultoras/es y ganaderas/os con sus mercados de proximidad. Cuenta con 25 páginas web de productoras/es diferentes para la venta especialmente concentradas en Andalucía y en las islas Canarias. Otra plataforma interesante es Crowdframing que permite seguir diferentes fincas, con la posibilidad de apadrinar la producción.

Quizá el modelo más extendido es el de "La colmena que dice sí", que es una plataforma digital de compra directa a productoras/es locales. La idea original se produjo en Francia, pero a día de hoy se ha extendido

por una buena parte de los países europeos. La organización de las 'colmenas' depende de una persona responsable que desee encargarse de establecer un punto y día de reparto, así como por supuesto efectuar los contactos necesarios con la red de productoras/es a cambio de una remuneración.

Según los datos extraídos de su página web, actualmente en el territorio español se computan 55 colmenas distribuidas entre la Comunidad de Madrid, Cataluña, Castilla y León y la Comunidad Valenciana y un total 94 productores.

COMPRA PÚBLICA: ECOCOMEDORES

El debate sobre el impacto y la regulación de la compra pública ha sido en la última década muy activo. Desde las organizaciones civiles se ha cuestionado el modelo de alimentación que se ofrece en centros educativos y hospitales, incluso en los cáterings institucionales. Debido a la incidencia realizada por estas organizaciones y de las acciones transformadoras emprendidas, particularmente en los comedores escolares donde las Asociaciones de Madres y Padres tienen voz y voto sobre el modelo de gestión, y en consonancia de los compromisos políticos de las diferentes administraciones alineados con la agroecología, se han llevado a cabo en los últimos años muchos avances para mejorar la nutrición y la sostenibilidad de la restauración colectiva.

En este sentido, los programas autonómicos de ecocomedores escolares en España son casos de éxito de la vinculación de producción local y el consumo desde criterios ecológicos, educativos y de salud a través de canales cortos. Ello ha supuesto el desarrollo en diferentes comunidades autónomas de planes para la introducción de alimentos sostenibles en los menús escolares. Entre ellos se cuentan "Ecoalimentación. Alimentos ecológicos para el consumo social en Andalucía", "Ekolapiko" en Euskadi o el programa en Asturias. En la Comunidad Valenciana se ha regulado por decreto el porcentaje de producto ecológico y producto local que debe contener los menús escolares.

Pero quizá el ejemplo más célebre es el de los Ecocomedores escolares de Canarias que desde el año 2013 aglutinan a 52 centros escolares, 85 productores locales y aproximadamente 11.000 comensales. El éxito no sólo se mide en términos cuantitativos, ya que además se ha conseguido triplicar el retorno social a las economías locales respecto a los canales convencionales de la gran distribución.

#eatwithlove!



Co-funded by
the European Union



Andalucía Acoge



OUR FOOD
OUR FUTURE

PROYECTOS
DE CO-CREACIÓN
Y ACCIÓN

PROPUESTAS & PROYECTOS AGROECOLÓGICOS

1. Ayudas económicas para la recuperación o generación de infraestructuras de apoyo a la producción agroecológica para solventar su escasa capacidad de inversión inicial. Estas ayudas también se deberían canalizar al apoyo para el arranque y primera fase de desarrollo de los centros logísticos.
2. Apoyo a los proyectos de Dinamización Local Agroecológica (DLAe)[27] con el fin de promover transiciones hacia sistemas agroalimentarios territorializados y sostenibles en base a la soberanía alimentaria, la cohesión territorial y social, la reproducción social de las comunidades locales y la conservación de los ecosistemas.
3. Protección y promoción de usos agrarios del suelo y acceso a la tierra a través de la figura de los parques agrarios.
4. Actuaciones para favorecer experiencias como los Espacios-Test agroecológicos[28], que promocionan el acceso a la tierra (pública) a personas que se quieren iniciar en la actividad agraria, facilitando la formación y el acompañamiento técnico en el asesoramiento agronómico, conocimiento y formación en mercados y vías de comercialización, recursos financieros y redes de apoyo mutuo entre agricultores.
5. Promoción de campañas para la generación de una nueva cultura alimentaria que refuerce lo comunitario a partir del reconocimiento del trabajo digno, de las prácticas agroecológicas y de las relaciones de cooperación.
6. Beneficios fiscales para la producción de alimentos saludables generados con técnicas sostenibles.

ACCESO Y ADQUISICIÓN DE ALIMENTOS

1. Elaboración de campañas de concienciación ciudadana para recuperar hábitos alimentarios saludables y sostenibles. Debieran incluir la realización de guías con contenidos acerca de la compra selectiva de alimentos, recetas de aprovechamiento y sobre el desperdicio y los residuos alimentarios.
2. Promover en forma de asignatura la “Educación alimentaria” en las enseñanzas primaria y secundaria. Formación del profesorado y del personal docente en esta materia.
3. Elaboración de políticas que fomenten mercados locales, canales cortos de comercialización y Sistemas Participativos de Garantía (SPG) para aumentar el acceso del consumo responsable a una mayor parte de la población. Esta medida que ayudaría a su vez a las/os productoras/es de cercanía a ser más resilientes ante los impactos del sistema alimentario.
4. Fomento de las plataformas de redistribución de alimentos o de reciclaje de alimentos ya no aptos para el consumo humano, tales como la iniciativa Refood, la Fundació Espigoladors o la iniciativa privada Bene Bono.
5. Potenciar el consumo responsable en espacios públicos y en la restauración en general a través de una oferta mínima de menús sostenibles.
6. Puesta en marcha de programas de formación y sensibilización en alimentación sostenible de las/los trabajadoras/es de la restauración.
7. Desarrollo de una normativa sobre compra pública alimentaria que conlleve a su implantación en la restauración de los centros de titularidad pública.
8. Potenciar el consumo responsable en espacios públicos y en la restauración en general a través de una oferta mínima de menús sostenibles. De la misma forma, debieran añadirse ayudas económicas para que en dichos espacios se dispongan de medios para la reducción del desperdicio (infraestructuras para el reciclaje, composteras, etc.)



OUR FOOD
OUR FUTURE

REFLEXIONES
QUE
TRANSFORMAN

1. EL APOYO O LA PARTICIPACIÓN EN COOPERATIVAS, COMUNIDADES O INICIATIVAS DE CONSUMO SOSTENIBLE ES UNA VÍA FACTIBLE PARA AUMENTAR LA BASE SOCIAL Y LOS IMPACTOS BENEFICIOSOS DE LAS REDES ALIMENTARIAS ALTERNATIVAS.

En primer lugar, por la conexión que estas agrupaciones tienen de manera directa con las producciones agroecológicas, que, como se ha visto, adaptan la agricultura a los ciclos naturales, fomentan la biodiversidad y gestionan eficientemente los recursos naturales, limitando el uso de insumos externos. Por otra parte, la compraventa de alimentos ecológicos, de temporada y de la mayor proximidad posible son elementos importantes. Por tanto, el apoyo a productoras/es locales aumenta las posibilidades para un desarrollo rural más equilibrado, con un uso más eficiente de los recursos que favorecen la resiliencia de los ecosistemas frente a los llamados Fenómenos Meteorológicos Extremos.

2. LAS CADENAS O CIRCUITOS CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN, LAS ECONOMÍAS Y LOS MERCADOS LOCALES (NO SEDENTARIOS), SON ELEMENTOS BÁSICOS EN LA CREACIÓN DE UNA NUEVA CULTURA ALIMENTARIA QUE PRIORIZA EL CONSUMO LOCAL Y BUSCA LA VUELTA A DIETAS EQUILIBRADAS BASADAS EN ALIMENTOS ECOLÓGICOS CON UNA MAYOR INGESTA DE FRUTAS, VERDURAS Y LEGUMBRES VINCULADOS AL TERRITORIO.

Una alimentación saludable previene de enfermedades futuras (malnutrición, sobrepeso, diabetes, etc). Como dice la frase atribuida a Hipócrates, “deja que los alimentos sean tu medicina, y que la medicina sea tu alimento”.

3. ES IMPORTANTE RECALCAR QUE LA PROTECCIÓN DE LOS ECOSISTEMAS ESTÁ RELACIONADA A SU VEZ CON LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO AGRARIO EN UN SENTIDO AMPLIO.

Paisajes agrícolas, oficios tradicionales, recuperación de variedades y razas autóctonas, de identidades locales y del patrimonio gastronómico.

4. ES MUY DESTACABLE LA ACCIÓN DE PLATAFORMAS CIUDADANAS EN CONTACTO CON LAS ADMINISTRACIONES PARA DESARROLLAR PLANES E INCENTIVOS QUE HAGAN MÁS ACCESIBLES LOS PRODUCTOS LOCALES Y DE TEMPORADA A LAS/LOS CONSUMIDORAS/ES AL TIEMPO QUE GARANTIZA CONDICIONES DE VIDA DIGNAS PARA QUIENES PRODUCEN LOS ALIMENTOS CON PRECIOS JUSTOS.

Un sistema basado en la cooperación entre las personas, que las sitúa en el centro y les otorga un papel central en la toma de decisiones y que busca la reconexión de la producción y el consumo, debe redistribuir equitativamente la riqueza a lo largo de la cadena de valor.

5. DENTRO DE LA IDEA DE IGUALDAD Y JUSTICIA, TAMBIÉN ES PRECISO SUBRAYAR Y PONER EN VALOR LO CONCERNIENTE A LA IGUALDAD DE GÉNERO EN EL ENTORNO RURAL YA QUE ES UNA PIEZA FUNDAMENTAL EN SU DINAMIZACIÓN.

Asociaciones como Ganaderas en Red ayudan a conocer el trabajo desempeñado por las mujeres en el medio rural, al tiempo que visibilizan su importancia en el emprendimiento de nuevos proyectos agroecológicos o en la recuperación de labores tradicionales.



OUR FOOD
OUR FUTURE

MÁS INFO &
BONUS
INSPIRACIÓN

ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE IDEAS QUE CAMBIAN LA VIDA!

En este vídeo se encuentran diferentes propuestas innovadoras que parten de las productoras, de las consumidoras, administraciones públicas, etc. para co-crear sistemas alimentarios sostenibles, justos y cooperativos.

Fundación Daniel y Nina Carasso (6 de junio de 2017).

Alimentación sostenible

¡Ideas que cambian la vida! [Archivo de Vídeo]. Youtube.
bit.ly/3K6er2D

ALIMENTTA: ¿CÓMO COMEMOS?

¿Te preocupa el impacto que tiene tu alimentación y quieres saber más sobre propuestas alternativas para reducirlo? En estos podcasts breves, de 15-20 minutos, personas expertas nos cuentan muchas cosas interesantes al respecto.

Ramos, María (Anfitriona) (2021-2022). Alimentta Pódcast.
[Podcast]. Spotify bit.ly/3DXCKP

VÍDEOS "PÍLDORA VERDE"

¿Cuánto sabes de agricultura ecológica y de agroecología? Con estos vídeos breves podrás aprender sus secretos de la mano de las personas productoras que atesoran conocimientos de un valor incalculable.

Fundación Entretantos (2020). Vídeos "Píldora Verde".
bit.ly/3PIMPEa

CONSEJOS PARA UNA ALIMENTACIÓN SALUDABLE Y SOSTENIBLE

Todo está interrelacionado y lo que es bueno para el planeta también es bueno para las personas. Y no casualidad.

¡Descubre más en este vídeo!

Red de Municipios por la Agroecología (9 de diciembre de 2020). Consejos para una alimentación saludable y sostenible.
[Archivo de Vídeo]. Youtube. bit.ly/44s5IPV

RECOMENDACIONES DIETÉTICAS SALUDABLES Y SOSTENIBLES

La dieta mediterránea es famosa en el mundo entero por ser de las más saludables. En esta breve guía se explica en qué consiste, qué alimentos y en qué proporción debemos comer, y qué otros hábitos hacen nuestra vida mejor, como son el ejercicio y apostar por la sostenibilidad.

Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (2022).

OUR FOOD
OUR FUTURE

Recomendaciones dietéticas saludables y sostenibles. Agencia
Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición y Ministerio de
Consumo. bit.ly/43cYGOr

#eatwithlove!



Co-funded by
the European Union



OUR FOOD
OUR FUTURE

INDEX

OFOF

MUCH MORE THAN JUST EATING!

INFORMATION PLUS TRANSFORMATION

RELATIONSHIPS, COOPERATION, AND THE COMMON GOOD

NEW RELATIONSHIPS FOR NEW ALTERNATIVES

PROPOSALS FOR CO-CREATION
AND ACTION

TRANSFORMATIVE REFLECTIONS

ADDITIONAL INFO &
BONUS INSPIRATION

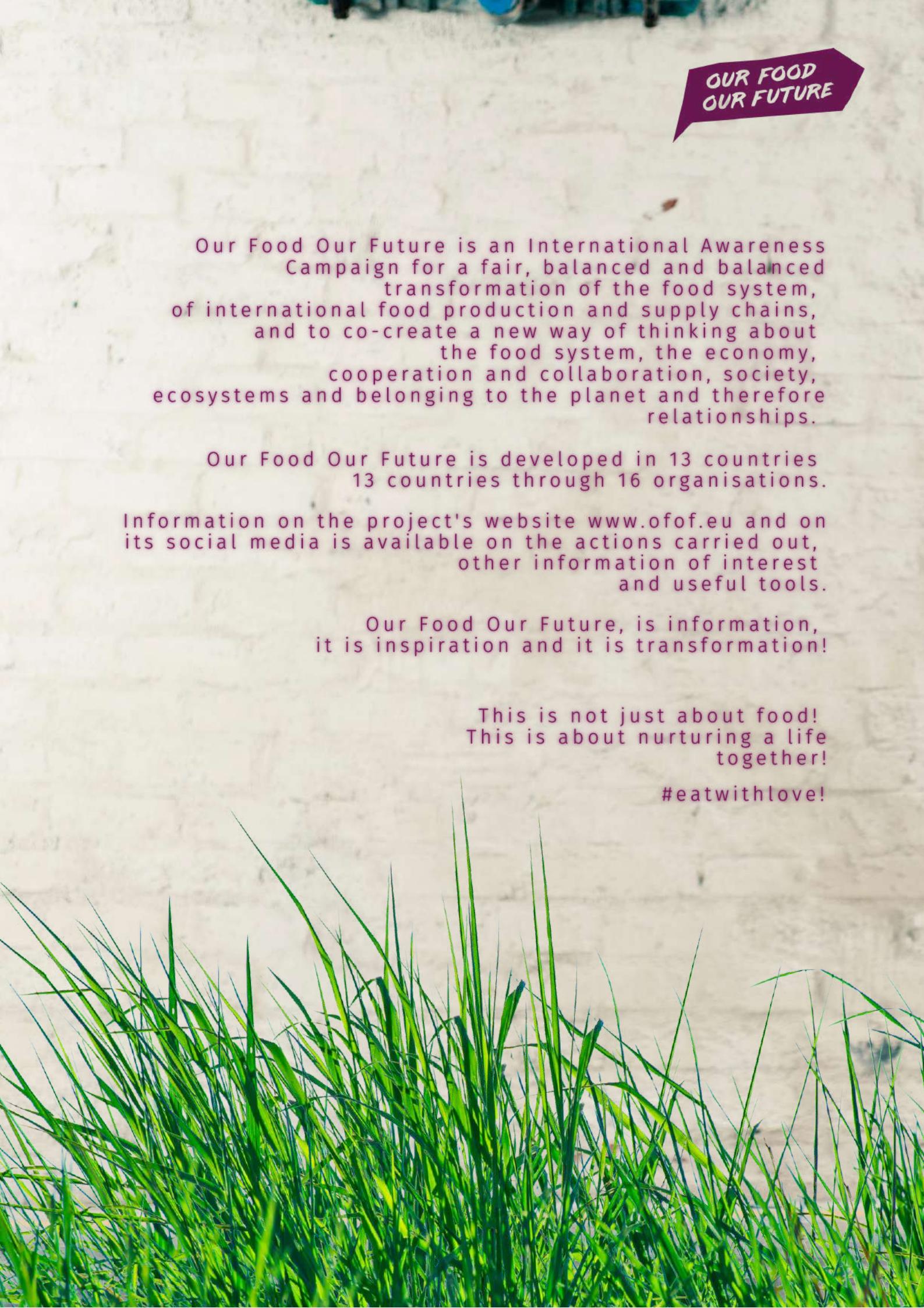


Co-funded by
the European Union



Andalucía Acoge





OUR FOOD
OUR FUTURE

Our Food Our Future is an International Awareness Campaign for a fair, balanced and balanced transformation of the food system, of international food production and supply chains, and to co-create a new way of thinking about the food system, the economy, cooperation and collaboration, society, ecosystems and belonging to the planet and therefore relationships.

Our Food Our Future is developed in 13 countries through 13 countries through 16 organisations.

Information on the project's website www.ofof.eu and on its social media is available on the actions carried out, other information of interest and useful tools.

Our Food Our Future, is information, it is inspiration and it is transformation!

This is not just about food!
This is about nurturing a life together!

#eatwithlove!





OUR FOOD
OUR FUTURE

MUCH MORE
THAN
JUST EATING!

Eating and drinking in company have traditionally been the foundation of communities[1]. Collectively eating and drinking the same foods have forged deep feelings of sociability, community, and belonging to a group, to a collective. In ancient Greece, banquets were called Symposions and were part of the symbolic construction of the world. Banquets were sacred, as they combined the pleasure of eating and drinking with the feeling of being in common agreement with the gods and belonging to a community.

The places where these Symposions were held are related to the origins of centres of worship and even of cities[2]. Before any negotiation, eating and drinking would take place in a highly structured ritual. Plutarch tells us that in Homer's time, the king organised banquets to listen to advice from his heroes.

Therefore, sharing a table is an act that is loaded with meaning beyond the mere consumption of food. This is reflected in numerous examples found in classical literature. In Christian culture there is nothing more symbolic in this sense than the famous episode of the Last Supper.

Sharing a table has been a group self-formation ritual that encouraged forming social networks and providing mutual aid, and where displaying a certain social status but also solidarity would prevail as the key to reproducing community ties.

But it's not just about ingesting food. According to anthropologist Caroline Counihan[3], food is also a mirror of the organisation of society on both the broadest and most intimate levels, which makes it a key element for understanding the behaviours and socialisation patterns of human groups.

In times like the present, characterised by lack of time, job insecurity and transforming family relationships, the act of eating as a group has been reduced in favour of a growing gastro-anomy defined by the transformation of diners into solitary consumers⁴.

Eating has become a source of stress compared to sharing food.





OUR FOOD
OUR FUTURE

IT IS THE TIME OF FAST FOODS,
OF PRE-FROZEN
OR ULTRA-PROCESSED FOODS
AND SUGAR
OVERLOAD.

IT IS THEREFORE POSSIBLE TO ARTICULATE
FORMS OF RESISTANCE THAT TEND TOWARDS
THE RECOVERY OF GROUP SELF-AFFIRMATION,
MUTUAL AID AND
THE REGENERATION OF COMMUNITY TIES.
RETHINKING OUR FORMS OF FOOD CONSUMPTION
CAN HELP US TO REBUILD A SYSTEM BASED
ON AN 'ECOLOGICAL CITIZENSHIP'
THAT IS AWARE OF THE CRISIS OF CIVILISATION
AND THAT, BY BUILDING ALTERNATIVE
AGRI-FOOD NETWORKS,
CONTRIBUTES TO THE
RESTORATION OF COMMUNITY,
CULTURAL AND IDENTITY TIES BASED
ON AN ETHIC ALLIED WITH THE ENVIRONMENT
AND THE
WELL-BEING OF
PEOPLE AND COMMUNITIES.
HIGHLIGHTING THE KEYS FOR PROMOTING AN
ALTERNATIVE FOOD SYSTEM TO THE CURRENT MAJORITY
AGRO-INDUSTRIAL SYSTEM
IS A PRIORITY.

#eatwithlove!



Co-funded by
the European Union



Andalucía Acoge

A close-up photograph of a young monkey, likely a macaque, clinging onto a thick, curved tree branch. The monkey's small body is angled upwards, its arms and legs gripping the bark. Its dark brown fur is visible, and it has a curious, slightly open-mouthed expression. The background is filled with more branches and leaves, creating a dense, green forest environment.

OUR FOOD
OUR FUTURE

In his Democratic vistas, Walt Whitman[5] established in 1882 a link between the young American democracy and Nature. And no wonder: the renewal of our democracies depends on how capable we are of incorporating sustainable relationships with our Environment. It depends only on us.

Democracy [...] must on the one hand be revitalized by regular contact with outdoor light, air, growth, farm scenes, animals, trees, birds, the warmth of the sun, and the freedom of the skies; otherwise it will undoubtedly decay and pale. [...] I cannot conceive of the steady flourishing and heroic character of democracy in the United States, or of democracy entirely self-supporting, without the element of nature being a principal part, its salutary and beauty element, wherein truly lies all the politics, health, religion and art of the New World.

(p. 371)

#eatwithlove!



Co-funded by
the European Union



Andalucía Acoge

A photograph of a young woman with blonde hair, wearing a green jacket over a white t-shirt and yellow headphones around her neck. She is holding a red smartphone in her right hand and pointing her left index finger upwards towards the top right corner of the frame. The background is a dense forest under a cloudy sky.

OUR FOOD
OUR FUTURE

INFORMATION
PLUS
TRANSFORMATION

In the 21st century, we are facing great civilisational challenges that directly challenge us as citizens to question ourselves and change our daily habits in many spheres – from how, where and to what extent we acquire the basic goods and accessories that sustain our lives to how we relate to both global and our most immediate socioeconomic networks.

Agroecology proposes a multidimensional paradigm shift that involves a more sustainable use of natural resources that guarantees the safety of future generations and other species on the planet, as well as the creation of social relationships that humanise and connect us through community cohesion. The most notable proposal is that of alternative food networks, which, in addition to achieving these purposes, are a healthy option for recovering healthier eating habits based on fresh foods and the Mediterranean diet.

WHAT DO WE MEAN WHEN WE TALK ABOUT AGROECOLOGY AND FOOD SOVEREIGNTY?

In recent years, the terms agroecology and agroecological are being used ever more frequently. However, the appearance of these terms in everyday language, generally through the news and the advertising of public or private initiatives, has not usually included an exact definition of their meaning. In the media and on internet platforms we frequently find content on public policies that promote agroecology, but also some highlighting agribusiness initiatives in this regard, which creates ambiguity about these relatively new trends. In order to clarify the terms, which are the soul of this publication, we will now detail what agroecology means and how it has come about.

In the associations, institutions, and academic environments that deal with agriculture, there is a consensus regarding the meaning of the term agroecology, which is as follows:



AGROECOLOGY IS A
MULTIDISCIPLINARY SCIENCE,
A SET OF AGRICULTURAL PRACTICES
TO PRODUCE FOOD AND A
SOCIAL MOVEMENT.

This triple meaning is what is known as 'the three pillars of agroecology'. Seen in this way, it is not surprising that there is some confusion regarding the term. But ultimately there is a coherence bringing it all together.

WORKING COLLECTIVELY

To understand this multiple meaning, let's go back to the origins of the term. Although first used in the 1930s, agroecology gained momentum as a movement in the 1980s, initially in Latin America, where it was directly associated with the affirmation of food sovereignty as a response to the advance of the export-based industrial agricultural model that needed large areas of land and was favoured by globalising economic trends.

This emerging industrial model displaced and threatened traditional agricultural production based on family farming, so that Latin American peasants organised into associations and unions to protect their ancestral knowledge and defend their right of access to land.

Thus, in the 1990s, various protests took place around the world opposing neoliberal policies that favoured the exploitation of natural resources and generated inequality while peddling the narrative of sustainable development. The international peasants' movement La Vía Campesina was created in 1993, and currently brings together more than 180 organisations from 81 countries in Africa, America, Europe and Asia[6].

LA VÍA CAMPESINA'S activity focuses on representing the peasant movement at the institutions that make decisions that affect them, and on coordinating the different organisations so that they share common lines of action.

To do this they regularly organise conferences in which they debate and draw up agreements. The term '**FOOD SOVEREIGNTY**' was defined for the first time in 1996, although the currently accepted definition is that of 2007, included in the Declaration of Nyéléni[7]:

'FOOD SOVEREIGNTY IS THE RIGHT OF PEOPLES TO HEALTHY AND CULTURALLY APPROPRIATE FOOD PRODUCED THROUGH ECOLOGICALLY SOUND AND SUSTAINABLE METHODS, AND THEIR RIGHT TO DEFINE THEIR OWN FOOD AND AGRICULTURE SYSTEMS. IT PUTS THOSE WHO PRODUCE, DISTRIBUTE AND CONSUME FOOD AT THE HEART OF FOOD SYSTEMS AND POLICIES RATHER THAN THE DEMANDS OF MARKETS AND CORPORATIONS. IT DEFENDS THE INTERESTS AND INCLUSION OF THE NEXT GENERATION. IT OFFERS A STRATEGY TO RESIST AND DISMANTLE THE CURRENT CORPORATE TRADE AND FOOD REGIME, AND DIRECTIONS FOR FOOD, FARMING, PASTORAL AND FISHERIES SYSTEMS DETERMINED BY LOCAL PRODUCERS. FOOD SOVEREIGNTY PRIORITISES LOCAL AND NATIONAL ECONOMIES AND MARKETS AND EMPOWERS PEASANT AND FAMILY FARMER-DRIVEN AGRICULTURE, ARTISANAL FISHING, PASTORALIST-LED GRAZING, AND FOOD PRODUCTION, DISTRIBUTION AND CONSUMPTION BASED ON ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND ECONOMIC SUSTAINABILITY. FOOD SOVEREIGNTY PROMOTES TRANSPARENT TRADE THAT GUARANTEES A DECENT INCOME FOR ALL PEOPLES AND THE RIGHTS OF CONSUMERS TO CONTROL THEIR FOOD AND NUTRITION. IT ENSURES THAT THE RIGHTS TO USE AND MANAGE OUR LANDS, TERRITORIES, WATERS, SEEDS, LIVESTOCK AND BIODIVERSITY ARE IN THE HANDS OF THOSE OF US WHO PRODUCE FOOD. FOOD SOVEREIGNTY IMPLIES NEW SOCIAL RELATIONS FREE OF OPPRESSION AND INEQUALITY BETWEEN MEN AND WOMEN, PEOPLES, RACIAL GROUPS, SOCIAL CLASSES AND GENERATIONS.'

Parallel to the political mobilisation, which was expanded by the environmental movement in urban and institutional environments, peasants questioned the agricultural practices promoted by the Green Revolution[8] in different parts of the planet because they detected that the use of commercial supplies generated dependency and degraded both the ecosystems and their own economy and food sovereignty. This is how interest arose in studying traditional agricultural practices that preserve soil fertility by integrating agriculture and livestock farming, establishing polycultures that dampen pest and disease problems as opposed to monocultures, generating networks of seed guardians to preserve plant resources, etc. It is in this sense that agroecology is a set of agricultural practices. It is at this time when these groups of producers also began the first certifications, which were not regulated by administrations until some time later.

AGROECOLOGY VERSUS ORGANIC PRODUCTION

Other information that can help us choose what we consume are the different certifications of organic products.

***AGROECOLOGY IS NOT
SYNONYMOUS
WITH ORGANIC FARMING***

Although many organic producers also follow the precepts of agroecology, this is not necessarily the case, since organic certification is governed by State-approved standards, and a product is labelled and marketed as organic as long as it meets these standards.

These standards focus on prohibiting the use of different products that are harmful to the environment and to human health, such as synthetic fertilisers or phytosanitary products (pesticides, fungicides, etc.). For example, the production of nitrates from atmospheric nitrogen in chemical reactors is responsible for 8.3% of energy consumption worldwide[9].



On the other hand, synthetic phytosanitary products used to reduce the impact on yields of pests and diseases generate major environmental imbalances and an alarming loss of biodiversity.

However, they have for decades, and still today, been considered necessary by a portion of the agricultural sector as it is really difficult to control pest and disease problems in production systems based on monoculture.

So, how does organic farming help?

At the end of the day, it ensures that these harmful practices are not being used, which is in itself an important step forward. So, are the regulations governing organic certification enough?

Not really. Although they recommend practices that are considered agroecological: diversifying crops, promoting fertility and microbial life in the soil, and other practices that favour the sustainability of the means of food production, these are not mandatory and there are organic products in the market that do not take care of the foundational elements of agroecosystems (soil, biodiversity, etc.), giving rise to what is called 'input substitution agriculture'.

In addition, these standards do not regulate marketing in spatial terms, allowing the consumption of certified products from thousands of kilometres away, among other things.

To be agroecological, the product must be local. However, except for local exceptions through the so-called Participatory Guarantee Systems (PGSs), agroecological products generally do not have a label that distinguishes them from organic ones, so the relationship of trust between producers, intermediaries and consumers is usually the only guarantee that the product has the desired characteristics.

AWARENESS: KNOWLEDGE IS POWER

EDUCATE YOURSELVES BECAUSE WE'LL NEED ALL YOUR INTELLIGENCE. STIR YOURSELVES BECAUSE WE'LL NEED ALL YOUR ENTHUSIASM.
ORGANIZE YOURSELVES BECAUSE WE'LL NEED ALL YOUR STRENGTH.
(ANTONIO GRAMSCI)

Agroecology arose as a response to the expansion of the agro-industry, in which peasants and citizens lost decision-making power regarding how food production and consumption was managed, which led to the formation of a political movement that proposed an alternative model. Currently, the options for access to food are very diverse.

HOWEVER, WITHOUT EXERCISING CRITICAL THOUGHT, THE MOMENTUM OF OUR DAILY ACTIVITIES LEADS US TO BUY FOOD IN THE LARGE SHOPPING CENTRES IN WHICH SUPPLY IS CONCENTRATED AND WHICH BOMBARD US WITH ADVERTISING MESSAGES AND PROMISES OF SUCCESS THROUGH CONSUMPTION. IN ADDITION, THE RHYTHMS OF LIFE DERIVED FROM THE COMMODIFIED ECONOMIC MODEL (DIFFICULTIES OF ACHIEVING WORK-LIFE BALANCE, LIMITED CAPACITY FOR SAVING AND INVESTMENT, ETC.) CAUSE PEOPLE TO TEND TO FOLLOW THE MAJORITY TRENDS WITHOUT QUESTIONING THEM, SEEKING SELF-FULFILMENT THROUGH MATERIAL GOODS.

But it is not the only way to relate to the fabric of production and services. The problem is often a lack of information, paradoxically, despite living in the information age.

That same information overload makes it difficult to find alternative proposals and requires an express willingness to do so.

In addition, in order to imagine scenarios of change and to achieve conscious and critical consumption, we need to know and become aware of the effects of human activity.



MAKING A VIRTUE OUT OF NECESSITY (OR HOW TO COMMIT TO COHERENCE)

THERE IS A NEED TO FACILITATE THE TRANSITION TOWARDS A TYPE OF CONSUMPTION IN WHICH PEOPLE ASSUME THE REINS AND DECIDE WHAT MODEL OF SOCIETY THEY WANT, KEEPING IN MIND AT ALL TIMES THEIR OWN HEALTH AND THAT OF THE PLANET, AND ALSO HOW THEY RELATE TO ONE ANOTHER TO CREATE THESE NEW WAYS OF EXISTING.

First of all, we must be aware that time is running out, and change is urgent. All that remains is for us to take action and overcome apathy. There are many options for social co-creation aimed at moving towards

LOCAL AGROECOLOGICAL FOOD SYSTEMS (LAFFS)

that have multiple objectives and benefits and share many of these with ecofeminism, such as stimulating the local economy, improving the quality of life of the producers and of society in general, establishing connections between urban and rural areas that generate food sovereignty and territorial cohesion, maintaining the population in rural areas and, of course, conserving ecosystems, agro-ecosystems and all related knowledge.

To achieve this we must rethink the distribution chains and the items we choose to put in our shopping cart. One of the agroecological principles is that food we consume must be produced and consumed locally to reduce harmful environmental effects and establish relationships of proximity and trust, the so-called short distribution channels. A change in diet is also necessary, prioritising foods of plant origin (cereals, legumes, vegetables, fruit, nuts, etc.) over those of animal origin (meat, dairy, eggs, etc.), in addition to minimising or eliminate processed foods and home deliveries[10]. This may seem impossible to achieve, but it is not. More and more people are joining proposals for rationalising and improving food, such as batch cooking. Another emerging proposal is that of neighbourhood kitchens, spaces where neighbours get together and organise a daily menu at cost price and thus generate social ties, improve their nutrition and reduce their environmental impact[11].

CONNECTIONS: PEASANTS, PUBLIC POLICIES AND ACCESS TO FOOD

The demand in Spain for organic products has increased considerably in recent years, a fact that is partly due to the consolidation of a more equitable agri-food system adapted to the current demands of the ecological transition. In order to increase the social base so that it can reach more people, it is necessary to be able to scale up through cooperation and reconnection between producers, administrations, and citizen platforms.

The upward trend in Spain both in the national consumption of organic food per capita and in food spending indicate the population's growing awareness of a healthy diet based on the consumption of local products that is also environmentally friendly[12]. Undoubtedly, these changes in eating habits favour the transition towards a more sustainable agri-food system that is compatible with the conservation of ecosystems and natural resources and also capable of rebalancing power relations in the food chain.

Despite the fact that, according to the Complutense Institute for Economic Analysis (ICAE), 61% of people residing in Spain still purchase their usual shopping cart in supermarkets, it is also true that there is increasing awareness of the perverse effects of the hegemonic food system: extremely high energy and environmental costs, disproportionate generation of waste and concentration of the bulk of the market share in a small number of companies that achieve low prices and costs due to the increase in pressure on agricultural producers and on food chain trade margins[13].

Defending food as a right and not as a business inevitably translates into an equitable distribution among all the components of the value chain and mutual empowerment among them through relationships of trust[14]. Lastly, bonding and adaptation to the territory seeks to achieve a reduction in environmental impacts and the use of external inputs and a commitment to balanced rural development that gives rise to knowledge exchange networks between all parties (producers, small agricultural operators and consumers).

The commodified food system model is the main obstacle to the consolidation of a more equitable food system based on sustainable production and consumption[15]. But it is not the only obstacle it faces. In order for this new food system to be accessible to broader sectors of the population it needs to make a leap in scale that transforms and extends beyond the current local and institutional framework and allows establishing essential institutional foundations to enable a change in infrastructures, in production models and collective values. Undoubtedly this can only be done through the cooperation and interconnection of three key elements: agroecological experiences and Alternative Food Networks, political institutions and citizen action. None of the three elements alone guarantees the required leap in scale, which makes it essential to achieve a new collective action that activates the three different elements within cooperative frameworks. Therefore, the reconnection between the three elements is a condition of the possibility to overcome the current institutional framework and thus give way to a new agri-food system with a greater social base and inspired by the political, ecological and social principles of agroecology[16][17].

AGROECOLOGICAL EXPERIENCES AND ALTERNATIVE FOOD NETWORKS

To cope with the growing demand for their production and make their prices more accessible, in recent years agroecological farms in Spain have been proceeding to organise themselves under a cooperative formula, which makes them more resilient in the face of market fluctuations. Organisation into **SUSTAINABLE FOOD HUBS** is the response of small producers to the challenge of creating territorialised, fair and sustainable food systems.

Agricultural producers and peasants form the basis of the food system and it is clear that they are its most important element, since without them no food chain would be possible. Therefore, the implementation of a fairer food system requires first taking into account their importance, considering not only agricultural production



but also recognising the importance and value of agricultural work and the working conditions of agricultural labourers.

In fact, with the progressive organisation of the agroecology movement in (big) cities since the 15-M anti-austerity mobilisations in Spain in 2011, the demand for a food system centred on agroecology began to gain strength within the framework of the Food Sovereignty demanded by Vía Campesina. The proposals for new relationships between the countryside and the city arising from the correlation between production and consumption must be based not only on solidarity and cooperation, but also on social justice and the right to healthy and sustainable food[18].

Under these premises, different models of self-managed food networks emerged in different cities of the Spanish State[19] that connected in solidarity small rural agroecological productions with urban consumption organised into consumer groups and cooperatives[20]. By being based on the principles of agroecology, that is, by linking agriculture with natural processes, they promoted biodiversity and soil regeneration, while at the same time achieving greater price control through the creation of direct relationships with producers or with a reduced number of intermediaries[21].

However, the proliferation of these networks has not been able to prevent a large part of agroecological farms and projects from being fragile or even finding themselves in an unwanted situation of self-exploitation. These tend to be small farms that have sometimes tended to be poorly coordinated with each other and generally with little investment capacity. Added to this is the problem of high logistics costs (transport and distribution to points of sale that are generally dispersed) and that, when carried out individually, this transport of the goods results in a significant ecological footprint.

To deal with this situation, in recent years producers from nearby territories have united to reduce the costs of supplying urban markets.



No obstante, la proliferación de estas redes no ha impedido el hecho de que todavía sea habitual que buena parte de las fincas y los proyectos agroecológicos sean frágiles o incluso se encuentren en una indeseada situación de auto explotación. Suelen tratarse de explotaciones pequeñas que en ocasiones han tendido a estar poco coordinadas entre sí y por lo general con poca capacidad de inversión.

A ello se añade el problema de los altos costes logísticos (transporte y distribución a puntos de venta por lo general dispersos) y que al realizarse de manera individualizada redonda a su vez en una importante huella ecológica como consecuencia del transporte de mercancías.

This has led to the creation of the so-called sustainable Food Hubs, which are cooperative logistics centres – that is, owned by the members – made up of 'small agroecological producers, processors and distributors of local food to carry out logistics and wholesale exchange'[22].

In addition to reducing transport costs and minimising their ecological impact, their main objective is to centralise the distribution and marketing of products under the criteria of the Social and Solidarity Economy. Other no less important objectives also emerge: concentration of supply, improving accessibility to regional market delivery points and cooperatively integrating through short distribution channels (expansion of customer portfolios, creation of a common commercial catalogue and promotional and marketing activities)[23].

In recent years, seven logistics centres have been set up in Spain to support organic and sustainable production: Alimentando Córdoba, Ecotira (MercaValència), which allows the sale of local and proximity products to companies in the sector, Vallaeolid, CIAP Barcelona, Anthophila (Zaragoza), Sareko (specialised in the catering sector in Euskadi), Ecocentral (l'Hospitalet del Llobregat), and Ecomedores (Canary Islands), the latter two being aimed at supplying school canteens in their respective territories.



However, this response from agroecological producers is only sustainable to the extent that there is a broad and organised demand at the end of the food chain. To ensure a connection between both parties, it is essential to co-create regional and municipal policies focused on promoting a new food culture centred on agroecology and capable of energising agroecosystems and respecting the importance of peasant labour.

#eatwithlove!



Co-funded by
the European Union



Andalucía Acoge



OUR FOOD
OUR FUTURE

RELATIONSHIPS,
COOPERATION,
AND THE
COMMON GOOD

ALTHOUGH THE AGRI-FOOD SYSTEM IS PARTLY MADE UP OF BIOPHYSICAL ELEMENTS (SOILS, WATER, NUTRIENTS, CULTIVATED BIODIVERSITY, LIVESTOCK, ETC.), IT IS REGULATED AND BUILT BY PEOPLE. AGROECOLOGY THEREFORE HAS A VERY MARKED SOCIAL COMPONENT. WE ARE THE ONES WHO CHOOSE ONE MODEL OR ANOTHER THROUGH OUR CONSUMPTION.

Business relationships have changed a lot in recent decades. In Europe, there was no economically significant fruit and vegetable export network until the end of the 19th century. Improvements in transport (development of the railway and combustion engines) led to the expansion of the export model, relevant from the second half of the 20th century.

At that time, the population did not yet live mainly in the cities. Cooperative production structures were still strong and the volumes exported were distributed among many actors. However, as a result of industrialisation in Spain and the rural exodus, the active agricultural population decreased and thus also the family farming model and the weight of cooperatives in the market in favour of private fruit and vegetable marketing operations.

Thus, the prices at origin (the fraction of the RRP received by producers) have been decreasing until no longer reaching the cost price in many cases. So much so, that in 2020, Royal Decree-Law 5/2020 of February 25, known as the 'fair prices law', was approved in Spain, which adopts certain urgent measures in the area of agriculture and food to avoid such abusive practices.

In addition to the marketers, another of the actors bearing the greatest responsibility for this situation are large food distribution chains, or supermarkets, since they concentrate demand for large volumes, which gives them price setting power. All this leads to a sharp drop in the profitability of family farming, and even more alarmingly, if possible, is the lack of generational renewal. Faced with these unflattering viability



prospects, few young people decide to dedicate themselves to agriculture or livestock.

The main proposal of agroecology to reverse this problem is to improve the relations between producing and consuming parties, so that both agree on fair conditions that attribute importance and value to agricultural activity.

One of the premises is that agroecology is not possible without peasants and most public and civil initiatives work in this direction. The other aspect that defines relationships in alternative food webs is trust between the parties. This, while seemingly simple, has multiple implications.

Opting for agroecological options is a political stance, which entails values of reciprocity, generosity, honesty, and responsibility.

On that basis, relationships are built through clear communication and from the certainty of shared objectives. Ideally, this is materialised through dialogue, making the needs of each party known in a transparent and assertive manner and jointly assuming commitments that can always be reviewed. Trust is built over time and this is a process that should not be neglected.



OUR FOOD
OUR FUTURE

NEW
RELATIONSHIPS
FOR NEW
ALTERNATIVES

The existing types of short channels, the initiatives undertaken in Alternative Food Networks to build and sustain this trust are very varied, but the most frequent are the creation of spaces for shared decision-making (associations, cooperatives, etc.), but also moments of leisure and recreation that generate a cohesive social fabric that goes beyond the mere sale of products.

CONSUMER OR PRODUCER GROUPS AND COOPERATIVES

There are several models of food webs. Cooperatives and consumer groups were the first citizen networks to establish links with nearby agroecological projects, aligning producers and consumers with Food Sovereignty[24]. In this way, they gain greater control over what they produce and consume, thus achieving relative independence from the industrialised food system while putting into practice their rejection of an urban model based on gentrification, construction and real estate speculation, creating neighbourhood networks.

These networks enjoyed a new impetus in the context of the 15M anti-austerity social protest movement. Its governance model is horizontal and based on assembly.

They conceive food as a right and inspired by the principles of agroecology and Food Sovereignty, they value in their consumption the attributes of proximity (having production as close as possible), sustainability and social justice (fair price remuneration in the value chain).

The permanence of these cooperatives and consumer groups requires their members to be involved. These generally agree to participate in the regular tasks of handing out and distributing the baskets, given that the groups either lack logistical structures or the distribution falls directly on the producers. On the other hand, their baskets are limited to basic foods (fruit, vegetables, bread, eggs, dairy products, oil, etc.),

which is why the members of these cooperatives must supplement the rest of their purchases by other means [25].

COOPERATIVE SUPERMARKETS

A step beyond these networks, but also inspired by Food Sovereignty, are the cooperative supermarkets created to increase the offer and thus facilitate obtaining a basket made up mostly of sustainable foods.

They are created by the consumers themselves to obtain greater control over their own diet and over price negotiations, in line with agroecological values.

As they belong to the members, these are who decide and self-manage the supermarket, and they also participate (usually monthly) in basic supermarket maintenance tasks: replacing products on the shelves, tending the checkout, weight control of fruit and vegetables, or cleaning the facilities.

The governance model maintains the assembly-based logic, although in order to improve their management there are different 'sectoral' commissions open to participation by any member. As these are non-profit enterprises, the profits are reinvested to reduce prices. Today there are 16 cooperative supermarkets throughout the Spanish territory: La Osa (Madrid), BioLíbere (Getafe), Som Alimentació (Valencia), BioTrémol (Alicante, Castalla and Yecla), Almocafre (Córdoba), La Rendija and La Ortiga (Seville), A Vecinal (Zaragoza), FoodCoop (Barcelona), El Rodal (Sabadell), La Feixa (Mataró), SuperCoop (Manresa), Landare (Pamplona), Árbore (Vigo) and BioAlai (Vitoria-Gasteiz).

In order to promote their distribution model and provide mutual support, most of these supermarkets have joined forces in the Cooperative Supermarkets Network[26].



COMMUNITY-SUPPORTED AGRICULTURE (CSA)

Community Supported Agriculture (CSA) is not in itself a short distribution channel, but a type of relationship between producers and consumers.

In this model, consumers are more involved with production, since they assume the risks (losses due to drought or floods, sick leave, etc.), fully covering the producer. It is the most activist and involved case of those known to date.

It could be said to be one step above consumer groups and we highlight it here for being the fairest model.

Being more of an idea than a system, there are multiple organisation models. In most cases, consumers and producers schedule a crop calendar based on the family demands and the consumers pay a fixed fee, whether or not they collect the products, which guarantees the economic and personal viability of the producers. This cushions the effect of production risks such as the occasional drop in demand, such as in the summer when many consumers change their residence, when the garden is the most productive.

In other systems, the consumers are also responsible for production, collectively taking charge of the vegetable gardens, devoting a certain amount of time a week, maybe hiring a person who does not assume the aforementioned risks. An example of this model is the Cooperative Agroecological Association La Acequia de Córdoba.

Internationally, there is an organisation that coordinates and promotes this type of production-consumption relationship, Urgenci, and the national leader in Spain is Coordinadora Baladre.

DIRECT SALES MARKETS

These types of markets are where the producers go on a periodic basis to sell their products. They are known as agroecological markets and they reproduce the traditional market system of direct sales to consumers. Currently, these markets take place on a weekly, fortnightly or monthly basis in busy central public places, are mostly managed by the city councils and have to comply with municipal street vending by-laws. But most of these were initially promoted by the initiative of local associations, becoming publicly managed as agroecological public policies have consolidated and expanded.

In these direct sales markets, prices are set by the producers and in this sense there is not as much consumer participation in how the relationship is managed. However, there is usually a good turnout and they represent a significant income for the producers, helping them make their projects viable. In any case, they provide access to these products for all citizens and generate close relationships as the markets are held regularly.

Many of the main provincial and regional cities in Spain have these markets, such as Granada, Seville, Córdoba, Zaragoza, Huesca, Bilbao, Madrid, Barcelona, Girona, Valencia, Godella, Alzira, Palma de Mallorca, Santa Cruz de Tenerife, and others.

PROXIMITY TRADE

These types of shops are those known as 'neighbourhood shops'. They may be small or medium-sized establishments that specialise in food or stalls in sedentary markets. Those of us over 35 years of age still remember how we shopped in the 80s and 90s, before the large supermarket chains invaded our neighbourhoods.



OUR FOOD
OUR FUTURE

Although hypermarkets already existed on the outskirts of the cities, families largely got their supplies from small corner shops in each neighbourhood (bakery, greengrocers, butchers, fishmongers, groceries, and so on). Many of these traditional businesses have disappeared from our cities, generating great cultural erosion. But some survive and other new ones have appeared, adapting to the latest consumer trends. For example, it is now common to find agroecological products in greengrocers and herbalist shops, and there are growing numbers of shops selling products such as bread and vegan products (tofu, vegan hamburgers and pâtés, etc.).

The common characteristic in all these shops is the high quality of their products, in many cases artisanal products. In addition, they usually offer other products from the area, generating local economy, distributing wealth among more people compared to supermarkets. The relationships that are built are also based on trust and proximity, so they are a very good alternative for us to get our food.

We encourage you to find these shops in your neighbourhoods!

SALES ON THE FARM

This consumption option is when consumers travel to the point of production. In this case, the producer is in charge of managing orders and preparing them for collection. Although a few decades ago this type of marketing was very frequent, especially in towns where producers offered their products from their own homes, it is not currently the most frequent, since it requires a very committed clientèle with a heightened sensibility towards rural life.

Another feature of this system is that it is much more practical for producers, since they do not have to invest time and resources in distribution. But it should be noted that it has some interesting benefits.

#eatwithlove!



Co-funded by
the European Union



GIZ
Corporación Acoge

Visiting the plots, coming into contact with the means of production, seeing how crops or livestock evolve over time depending on the weather conditions and having regular direct contact with the producers favour consumer empathy and the building of relationships of trust. In addition, consumers are often encouraged to participate in the production either selflessly or in exchange for products, becoming part of the project on another level.

To identify this consumption option, it is firstly necessary to identify the producers that operate near us and that participate in the short distribution channels in our area. Once we have identified them we can ask if they offer the option of collection at the farm.

ONLINE SALES

In the context of the digitisation of society and health concerns, online sales of organic products have skyrocketed. The formulas for online sales are very diverse and range from the digital channels of large supermarkets to sales from the farms themselves. One of the most recent examples is the case of 'Huerta Próxima' (Your local vegetable patch, in Spanish), promoted by Intervegas and intended to connect small vegetable and livestock farmers with their local markets.

It hosts 25 websites of different producers for sale, especially concentrated in Andalusia and the Canary Islands. Another interesting platform is CrowdFarming, which allows you to follow different farms, with the possibility of sponsoring production.

Perhaps the most widespread model is that of 'La colmena que dice sí' (The hive that says yes, in Spanish), which is a digital platform for direct purchase from local producers. The idea originated in France, but today it has spread to many European countries. The organisation of the 'hives' depends on a person taking responsibility and establishing a point and day of delivery, as well as of course making the necessary



contacts with the network of producers in exchange for remuneration.

According to the data extracted from its website, in Spain there are currently 55 hives distributed among the Regions of Madrid, Catalonia, Castilla y León and Valencia, with a total of 94 producers.

PUBLIC PURCHASE: ECO-FRIENDLY CANTEENS

The debate on the impact and regulation of public procurement has been very active over the last decade. Civil organisations have questioned the food model offered in schools and hospitals, even in institutional catering. Due to the advocacy carried out by these organisations and the transformative actions undertaken, particularly in school canteens where Parents' Associations have a say in the management model adopted, and in line with the political commitments of the different administrations aligned with agroecology, many advances have been made in recent years to improve the nutrition and sustainability of collective catering.

In this sense, regional school eco-friendly canteen programmes in Spain are successful cases of linking local production and consumption through short distribution channels based on ecological, educational and health criteria. This has meant the development in different autonomous regions of plans for the introduction of sustainable foods in school menus.

Among them are Ecoalimentación:Alimentos ecológicos para el consumo social in Andalucía, Ekolapiko in the Basque Country or the Alimentación Saludable y de Producción Ecológica en los Comedores Escolares programme in Asturias. In the Valencia region, the percentage of organic and local products that school menus must contain has been regulated by decree. But perhaps the most famous example is that of the school eco-canteens of the Canary Islands, which since 2013 have brought together 52 schools, 85 local producers and approximately 11,000 diners.

OUR FOOD
OUR FUTURE

Their success is not only measured in quantitative terms, since they have also managed to triple the social return to local economies compared to conventional long distribution channels.

#eatwithlove!



Co-funded by
the European Union



Andalucía Acoge



OUR FOOD
OUR FUTURE

PROPOSALS
FOR
CO-CREATION
AND ACTION

AGROECOLOGICAL PROPOSAL & PROJECTS

1. Financial aid for the recovery or generation of infrastructures to support agroecological production in order to overcome their low initial investment capacity. This aid should also be channelled to support the start-up and first phase of development of logistics centres.
2. Support for Local Agroecological Revitalisation projects (DLAe)[27] in order to promote transitions towards territorialised and sustainable agri-food systems based on food sovereignty, territorial and social cohesion, the social reproduction of local communities and the conservation of ecosystems.
3. Protection and promotion of agricultural land use and access to land through the figure of agricultural parks.
4. Actions to promote experiences such as agroecological Test-Spaces[28], which promote access to (public) land for people who want to start farming, facilitating training and technical support in agricultural advice, knowledge and training in markets and marketing channels, financial resources and mutual support networks between farmers.
5. Promoting campaigns to generate a new food culture that reinforces the idea of community based on the recognition of dignified work, agroecological practices and relationships based on cooperation.
6. Tax benefits for the production of healthy food generated with sustainable techniques.

FOOD ACCESS AND PROCUREMENT

1. Development of public awareness campaigns to recover healthy and sustainable eating habits. These should include publishing guides with content about the selective purchase of food, recipes for minimising food losses and information about food waste.
2. Promoting 'Food Education' as a subject in primary and secondary education. Training for teachers and teaching staff in this regard.
3. Development of policies that promote local markets, short distribution channels, and Participatory Guarantee Systems (PGS) to increase access to responsible consumption for a greater part of the population. This measure would in turn help local producers to be more resilient to the impacts of the food system.
4. Promoting food redistribution or food recycling platforms no longer suitable for human consumption, such as the Refood initiative, the Espigoladors Foundation or the private initiative Bene Bono.
5. Promoting responsible consumption in public spaces and in restaurants in general through a minimum offering of sustainable menus.
6. Implementing sustainable food training and awareness programmes for catering workers.
7. Developing a regulation on public food procurement that leads to its implementation in the catering of publicly owned centres.
8. Promoting responsible consumption in public spaces and in restaurants in general through a minimum offering of sustainable menus. Also, financial aid should be added so that in these spaces there are means to reduce waste (infrastructures for recycling, compost bins, and so on).



OUR FOOD
OUR FUTURE

TRANSFORMATIVE
REFLECTIONS

1. SUPPORT OR PARTICIPATION IN COOPERATIVES, COMMUNITIES OR SUSTAINABLE CONSUMPTION INITIATIVES IS A FEASIBLE ROUTE TO INCREASING THE SOCIAL BASE AND BENEFICIAL IMPACTS OF ALTERNATIVE FOOD NETWORKS.

First of all, as a result of the direct connection these groups have with agroecological producers, which, as we have seen, adapt agriculture to natural cycles, promote biodiversity and manage natural resources efficiently, limiting the use of external inputs. On the other hand, the purchase and sale of organic, seasonal and local food are also important elements.

Therefore, support for local producers increases the possibilities for a more balanced rural development, with a more efficient use of resources that favours the resilience of ecosystems against extreme weather.

2. SHORT DISTRIBUTION CIRCUITS OR CHAINS, LOCAL ECONOMIES AND (NON-SEDENTARY) MARKETS, ARE BASIC ELEMENTS IN THE CREATION OF A NEW FOOD CULTURE THAT PRIORITISES LOCAL CONSUMPTION AND SEEKS A RETURN TO BALANCED DIETS BASED ON ORGANIC FOOD WITH A HIGHER INTAKE OF LOCAL FRUITS, VEGETABLES AND LEGUMES.

A healthy diet prevents future diseases (malnutrition, overweight, diabetes, etc.). As the phrase attributed to Hippocrates says, 'let food be thy medicine and medicine be thy food'.

3. IT IS IMPORTANT TO EMPHASISE THAT THE PROTECTION OF ECOSYSTEMS IS IN TURN RELATED TO THE CONSERVATION OF AGRICULTURAL HERITAGE IN A BROAD SENSE

Agricultural landscapes, traditional trades, recovery of indigenous varieties and breeds, local identities and gastronomic heritage.

4. THE ACTION OF CITIZEN PLATFORMS IN CONTACT WITH THE ADMINISTRATIONS TO DEVELOP PLANS AND INCENTIVES THAT MAKE LOCAL AND SEASONAL PRODUCTS MORE ACCESSIBLE TO CONSUMERS WHILE GUARANTEEING DECENT LIVING CONDITIONS FOR THOSE WHO PRODUCE FOOD AT REASONABLE PRICES IS HIGHLY COMMENDABLE.

A system based on cooperation between people, which places them at the centre and gives them a central role in decision-making and which seeks to reconnect production and consumption, must equitably redistribute wealth throughout the value chain.

5. WITHIN THE IDEA OF EQUALITY AND JUSTICE, IT IS ALSO NECESSARY TO HIGHLIGHT AND VALUE GENDER EQUALITY IN THE RURAL ENVIRONMENT, SINCE IT IS A KEY ELEMENT IN ITS REVITALISATION.

Associations such as Ganaderas en Red help promote the work carried out by women in rural areas, while raising awareness of their importance in the undertaking of new agroecological projects or in the recovery of traditional occupations.



OUR FOOD
OUR FUTURE

ADDITIONAL
INFO &
BONUS
INSPIRATION

SUSTAINABLE EATING LIFE CHANGING IDEAS!

This video showcases different innovative proposals from producers, consumers, public administrations, and others to co-create sustainable, fair and cooperative food systems.
¡Ideas que cambian la vida! [Archivo de Vídeo]. Youtube. bit.ly/3K6er2D

ALIMENTTA: ¿CÓMO COMEMOS? (HOW DO WE EAT?)

Are you concerned about the environmental impact of your diet and would you like to know more about alternative proposals to reduce it? In these short 15–20 minute podcasts, experts tell us a lot of interesting things about the issue. Ramos, María (Anfitriona) (2021-2022). Alimentta Pódcast. [Podcast]. Spotify bit.ly/3XDXCKP

PÍLDORA VERDE ('GREEN PILL') VIDEOS

How much do you know about organic farming and agroecology? With these short videos you will be able to learn its secrets from the hands of the producers who possess invaluable knowledge. Fundación Entretantos (2020). Vídeos "Píldora Verde". bit.ly/3PIMPEa

CONSEJOS PARA UNA ALIMENTACIÓN SALUDABLE Y SOSTENIBLE

Todo está interrelacionado y lo que es bueno para el planeta también es bueno para las personas. Y no casualidad. ¡Descubre más en este vídeo!
Red de Municipios por la Agroecología (9 de diciembre de 2020). Consejos para una alimentación saludable y sostenible. [Archivo de Vídeo]. Youtube. bit.ly/44s5IPV

HEALTHY AND SUSTAINABLE DIET RECOMMENDATIONS

The Mediterranean diet is famous around the world for being one of the healthiest diets. This brief guide (in Spanish) explains what it consists of, what foods you should eat and in what proportion, and other habits that make our lives better, such as exercise and committing to sustainability. Spanish Agency for Food Safety and Nutrition (2022). Healthy and sustainable diet recommendations. Spanish Agency for Food Safety and Nutrition and Ministry of Consumption.



OUR FOOD
OUR FUTURE

#eatwithlove!



Co-funded by
the European Union



Andalucía Acoge



#co-creation
#earthreconnection
#peoplecooperation
#agroecology
#eatwithlove

