MUNDO BIO BioCultura info
feria de productos ecológicos y consumo responsable
Edita: Asociación Vida Sana (Declarada de Utilidad Pública) - JULIO - AGOSTO - SEPTIEMBRE 2019

AGRICULTURA "BIO" Evidencias científicas de sus innumerables virtudes

La Sociedad Española de Agricultura Ecológica/Agroecología (SEAE) ha recopilado una serie de argumentos científicos, publicados durante los últimos 15 años, que avalan las contribuciones ambientales, de salud y sociales de la producción ecológica. Este artículo fue presentado, por primera vez, el pasado viernes 7 de junio, en el Organic Theatre de la Organic Food Iberia. Las evidencias fueron presentadas por la Dra. Mª Dolores Raigón, vicepresidenta de SEAE y reconocida científica en el ámbito de la alimentación ecológica. El documento es apoyado por más 40 organizaciones (entre ellas, Vida Sana), representativas del sector de la producción ecológica así como entidades ambientalistas de todo el Estado español.

¿Es la agricultura ecológica más respetuosa con el medio ambiente? ¿Es el modelo actual de producción de alimentos sostenible? ¿Son los alimentos ecológicos más saludables…? Estas son algunas de las cuestiones planteadas con más frecuencia cuando se habla sobre producción ecológica. Pero las respuestas, no siempre, son las más acertadas o certeras con la realidad. Por ello, la Sociedad Española de Agricultura Ecológica/Agroecología (SEAE) ha preparado un documento recopilatorio que recoge estudios e investigaciones sobre las principales contribuciones de la producción ecológica a tres ámbitos: al medio ambiente, a la salud de las personas y la calidad de los alimentos, y a una sociedad más justa y equitativa.

Este artículo está basado, principalmente, en metaanálisis publicados durante los últimos 15 años. Presenta una relación de argumentos científicos que pueden servir como herramienta para contrarrestar mensajes tendenciosos (o directamente falsos) en contra de la producción ecológica, a todos los niveles: desde el consumidor/a, a productores, investigación o, incluso, a los grandes medios de comunicación. "Se trata de que cualquier persona o colectivo, relacionado directa o indirectamente con la producción ecológica, disponga de argumentos que evidencian científicamente las aportaciones ambientales, sociales y a la salud de la producción ecológica", comentan desde la SEAE.

Foto: EcoArchivo

Mª Dolores Raigón, vicepresidenta de SEAE y reconocida científica en el ámbito de la alimentación ecológica

Hasta el momento, se ha realizado una convocatoria interna y ya son más de medio centenar de entidades que apoyan la elaboración y publicación de este documento y que han confirmado su adhesión al mismo. Hay una variada representación tanto de la academia como empresas de productores u organizaciones ambientales y que puede consultarse ya en la web de SEAE y de Vida Sana. Tras su presentación pública, el pasado junio, cualquier entidad que lo desee puede adherir su apoyo a este artículo.

La Dra. Mª Dolores Raigón, vicepresidenta de SEAE y reconocida científica de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y del Medio Natural de la Universidad Politécnica de Valencia, fue la encargada de presentar, por primera vez al público, este documento que recopila evidencias científicas y en que la SEAE lleva trabajando desde hace tiempo: "Para evidenciar las bondades de la agricultura y ganadería ecológicas como una alternativa sostenible ante el modelo de agricultura industrial, hemos considerado necesario recoger aportaciones científicas de alto impacto que, por un lado, generen una base de conocimiento técnico respecto a la mejora en la producción, y, por otro, ofrecer evidencias para contrarrestar aquellos argumentos que intentan desprestigiar a los métodos productivos ecológicos", ha señalado Raigón.

Redacción

MÁS INFO. TOMA NOTA

https://www.agroecologia.net/wp-content/uploads/2019/06/Evidencias-cientificas-produccion-ecologica-vd.pdf

Para adhesiones a la campaña:
comunicacion@agroecologia.net

La Asociación Vida Sana para el Fomento de la Cultura y el Desarrollo Biológicos es una entidad sin fines lucrativos, inscrita el 22 de septiembre de 1981.
Coordinación: Ángeles Parra. **Redacción:** Pablo Bolaño, Sara B. Peña, Javier Bolufer, Esteban Zarauz, Carolina Sánchez, Pedro Burruezo. **Publicidad:** J.C. Moreno.
Maquetación: Enprensa.

PERMAPRETA
Un inodoro ecológico, sostenible y ahorrador

José Vicente Coderch y Julio Fernández Pelegrín son los responsables de Permapreta® en España. Acaban de lanzar en el mercado español un inodoro harto curioso y ecológico. Permapreta® es la suma de esfuerzos de permacultores de Argentina y España para convertir en realidad un sistema de compostaje y gestión de residuos altamente eficiente. Su particularidad es que las limitaciones de sistemas anteriores han sido resueltas con un elaborado diseño y eficiencia probada tanto energética como en optimización del proceso de compostaje con el mínimo esfuerzo. Sanidad, ecología y sostenibilidad al 100%. Sin contaminar, sin malgastar agua, etc. Se estrenó en BioCultura.

Foto: EcoArchivo

José Vicente Coderch y Julio Fernández, dos históricos del sector ecológico, al frente de Permapreta en España

Los responsables de Permapreta® en España son Julio Fernández (de la Fundación los Madroños) y José Vicente Coderch (responsable de la Editorial Kaicron). Viejos conocidos de BioCultura y de The Ecologist. Personas muy comprometidas. En Argentina, el responsable es el Dr Gustavo Ramírez, de Ecovilla Gaia, desarrollador del sistema, otro pionero en todo lo que respecta a ecología profunda.

-Explicadnos qué es Permapreta®…

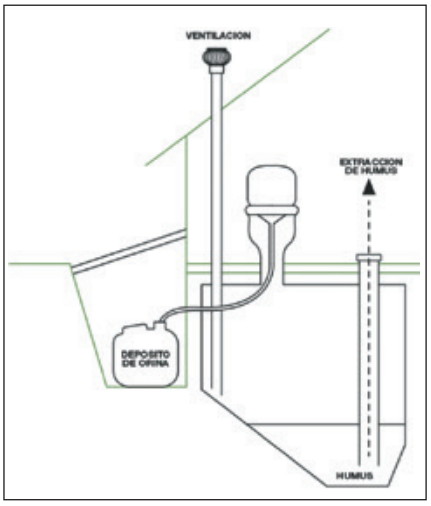
-Permapreta® es el primer baño seco comercial. El primer compostero y baño seco del mundo con un sistema patentado de descarga de humus por la parte superior de la cámara. Es un producto resultado de 25 años de investigaciones y prototipos desarrollados. Forma parte de un proyecto permacultural a cargo de la UIP (Universidad Internacional de Permacultura). En estos momentos Permapreta® se está fabricando en España para ser exportado a todo el mundo.

EL FUNCIONAMIENTO

-¿Por su diseño es el primer baño seco y compostero del mundo con un sistema patentado de vaciado de humus? ¿Cómo funciona?

-El funcionamiento de Permapreta® es muy sencillo, ya que no hay que aplicar ningún material como serrín o ceniza después de cada uso. Evita vaciar varios cientos de kilogramos por persona, por año, de materia fecal sin transformar, como la mayoría de los baños secos tradicionales. Es un diseño compacto: todo el sistema está en una unidad. Se trata de una cámara y por encima de ella sólo sobresalen tres tubos: uno para recibir la materia fecal o la basura orgánica que es parte de su mantenimiento, otro para la ventilación y otro para el vaciado del humus que se genera. Funciona como un inodoro tradicional con la salvedad de que tiene separador de orina él mismo.

Foto: EcoArchivo



Esquema de funcionamiento de Permapreta®

-¿Se evita tener que extraer la materia fecal no compostada aún? ¿Cómo?

-Se extrae a través del tubo de vaciado de humus, que comunica desde la tapa como la tolva de recogida del lombricompost generado por las lombrices, y puede ser extraído con un sistema de tornillo sinfín o con un sistema de aspiración, depende del acceso a energía eléctrica que se tenga en el lugar donde se instala.

-¿Cómo se evita la generación de olores?

-El sistema de extractor de aire híbrido que acompaña la instalación aprovecha la estructura del extractor eólico convencional que, por medio de acción eléctrica y control electrónico, mantiene en funcionamiento al extractor en ausencia de viento, asegurando la renovación del aire en todo momento con un consumo mínimo aprovechando eficientemente las energías eléctricas y del viento.

LOS CLIENTES

-¿Quiénes son vuestros potenciales clientes?

-Todas aquellas personas cuyos inodoros no estén conectados a una red de saneamiento pública. Una vez instalado Permapreta® en un lugar, sus integrantes toman una parte más activa en su funcionamiento, ya que es un sistema pensado para la sustentabilidad del ambiente y de la economía de quien lo usa. Ofrece soluciones ideales para parques y otras áreas naturales. Puede instalarse en cualquier parte de un paisaje natural con una mínima infraestructura para su uso. Quienes

lo usan son estimulados a transformar sus residuos en recursos productivos para regenerar los suelos y generando un humus benéfico para el ambiente.

-¿Existe algún baño que al mismo tiempo se pueda usar como compostero?
-Este mismo sistema puede ser usado como compostero doméstico con los mismos principios de uso que como compostador de heces. En esta opción de uso se recomienda su instalación más elevada por la comodidad en el uso y por la necesidad de recoger los lixiviados que son un excelente abono orgánico natural que contiene todos los elementos o nutrientes mayores de nitrógeno, fósforo y potasio, así como de los elementos o nutrientes menores de zinc, hierro, cobre, manganeso, molibdeno, boro, calcio, magnesio, azufre y sodio: es un abono ideal ...

CICLO ECOLÓGICO

-¿Cómo es "activo biológicamente gracias a sus microorganismos"?
-Este sistema funciona con un ciclo ecológico que genera un micro ecosistema en cada lugar donde es instalado. y esto es debido a que se incorpora al comienzo lombrices rojas californianas. También se colocan microorganismos eficientes (ME) al mes de uso.

-¿Se tiene que añadir cal, serrín u otros materiales?
-No hay que aplicar ningún material después de cada uso, como serrín, cal, ceniza u otros. Únicamente incorporamos el papel higiénico que usamos. Cada 15 días se añaden restos vegetales de la cocina o algo de paja por el tubo principal, que colaboran en la actividad de los microorganismos eficientes. Y, posteriormente, cada 2 meses aproximadamente se agrega un puñado de carbón pirólico.

SIN QUÍMICOS

-¿Requiere químicos?
-No son necesarios. Nos apoyamos para su higienización solo en los microorganismos eficientes y en el uso del vinagre y limón.

-¿Cuál es el consumo de su sistema de aireación?
-Cuando hay suficiente viento, el sistema apenas genera consumo de energía o es prácticamente inapreciable. El consumo eléctrico es comparable al de una lámpara LED. La instalación del extractor es similar a la de cualquier extractor eólico pero debe suministrar una fuente de 12 voltios de corriente continua con capacidad de corriente de 1A a través del conector provisto. Es apto para uso con panel solar o aerogenerador.

ESTRENO MUNDIAL

-¿Lo presentásteis como novedad total en BioCultura? ¿Ya habéis empezado a fabricar y a servir?
-Sí, presentamos en Biocultura todos los desarrollos que tenemos ya listos para comercializar. Seguimos trabajando en el desarrollo de nuevos modelos y complementos al Permapreta® original.

-¿Cuál creéis que va a ser la respuesta del público?
-Hay dos sectores bien diferenciados: los que tienen claro el objetivo de compostar y ya están usando o probando sistemas clásicos de wáter seco que encuentran en este sistema la optimización del proceso para conseguir una mayor simplificación y comodidad con su uso… Y por otra parte los que siguen anclados al sistema tradicional de uso de agua que descubren en esta alternativa un enfoque novedoso que en principio les desconcierta, pero que a medida que conocen el proceso de uso y funcionamiento de Permapreta® rápidamente comprenden lo funcional y ecológico de este novedoso sistema de compostaje.

Foto: EcoArchivo

Así es la cuba del Permapreta

ZONAS RURALES

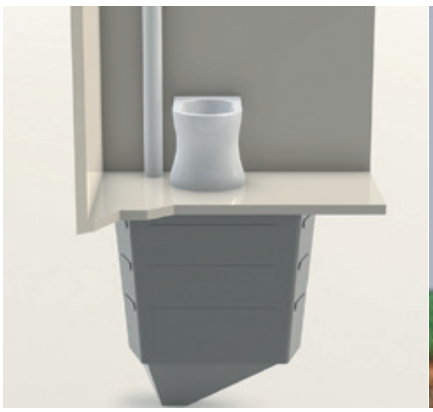
-¿Veis el Permapreta® sólo en zonas rurales o también en zonas urbanas?
-En las zonas rurales es donde más rápidamente se están incorporando usuarios y en las zonas urbanas el potencial está en los espacios públicos, huertos urbanos, viviendas unifamiliares con jardín y huerto.

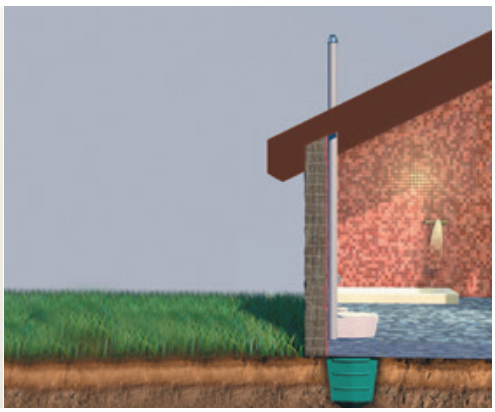
-¿Tenéis ya contactos, además de en Argentina y España, interesados en la expansión? ¿Cuáles?
-Tenemos ya más interesados en México, Chile, Perú, Colombia, Portugal, Francia...

-Lo de Perma(aprieta) tiene su guasa... ja ja ja, pero es un producto muy serio, ¿no es así?
-Muy acertada tu observación, jajaja… A todo el mundo se nos viene a la cabeza eso en el primer momento, pero la realidad detrás de la palabra Permapreta® está el estudio del humus generado en las culturas amazónicas denominado " Terra Preta" y eso sí que es muy serio ya que es tecnología eficiente ancestral.

Pablo Bolaño

Foto: EcoArchivo





Un ejemplo de cómo puede quedar

MÁS INFO
TOMA NOTA

Permapreta España
Tel. (+34) 642 330 223
info@permapreta.es
www.permapreta.com

Permapreta Argentina
info@permapreta.com
Cel (+549) 2227-552554
Fijo (+54) 11-3963-4901
www.permapreta.com

Universidad Internacional de Permacultura
Asociación Civil Gaia
02227-15-552554
www.gaia.org.ar
www.gaia.org.ar/universidad

KOMBUTXA®/ JORDI DALMAU "Toda la familia iniciamos un camino de no retorno a los probióticos"

Kombutxa® es la reinterpretación ultrasaludable que Mūn Ferments ha hecho de la kombucha, un té fermentado de orígenes milenarios situados en la antigua China el 200 dC. Kombutxa® elabora y comercializa seis variedades de esta bebida cargada de propiedades saludables, a partir de productos naturales, de primera calidad y ecológicos. Fue la primera en nuestro país en envasar en vidrio, cuenta con sello ecológico y contiene la cantidad de azúcar residual más baja de su categoría.

Foto: EcoArchivo

Jordi Dalmau es ingeniero de profesión y fanático de la kombutxa

Jordi Dalmau es ingeniero de profesión. A los 13 años le diagnosticaron síndrome de Gilbert y, después de estar luchando infructuosamente durante muchos años con los efectos de esta dolencia que compromete la desintoxicación a través del hígado, mejoró considerablemente con el consumo de kombucha. Inmediatamente, decidió emprender, crear su marca y poner en marcha su propia *brewery* para que todo el mundo pudiera experimentar sus beneficios.

-¿Nos podéis hablar de vuestra empresa? ¿Por qué se fundó y cuál ha sido su evolución?

-Kombutxa® de Mūn Ferments empieza su andadura el año 2014. Mi terapeuta, conocedor de mis dolencias (cefaleas, dolores musculares, cansancio…), provocadas por mi síndrome de Gilbert, me sugirió la incorporación a mi dieta de kombucha. Paralelamente, mi hijo menor fue diagnosticado con muchas alergias alimentarias. Toda la familia iniciamos un camino de no retorno a los probióticos. Compré una madre de kombucha, empecé a fabricarla y su consumo me convirtió en una nueva persona. Empecé a encontrarme tan bien que pensé que todo el mundo tenía que conocerla. Creamos la marca, buscamos asesoramiento y empezamos a comercializarla.

EN ECOLÓGICO

-¿Por qué os lanzasteis al mercado en ecológico?

-Cada vez más la gente se preocupa por su salud y, en este contexto, conocen la repercusión de lo que comen en cómo se encuentran. El consumidor busca productos tan saludables como sea posible, con el sabor auténtico, sin tóxicos. Kombutxa® respeta esta premisa: sólo ingredientes reales, totalmente naturales, de cultivo ecológico… Sólo así tiene las propiedades que deseamos.

-¿Cómo veis el mercado ecológico en la actualidad?

-Lo ecológico está para quedarse: la gente es muy exigente, cada vez más, y, por ello, lo prioriza (lo ecológico) y lo pide en sus comercios habituales. Creemos que la evolución irá en este sentido y cada vez serán más los establecimientos que opten por los productos con sello ecológico.

Foto: EcoArchivo

La kombutxa puede agradar a muchos públicos muy diversos

NICHO DE MERCADO

-La kombucha ha pasado de ser una desconocida a ser un nicho de mercado disputado por diferentes empresas?

-Cuando empezamos a comercializar fuimos los primeros en envasar en vidrio, un material reciclable y reutilizable que, además, es muy estable y no traspasa ninguna partícula peligrosa al contenido. Teníamos claro que debíamos ir más allá y conseguir diferenciarnos aún más. Queríamos hacer la mejor kombucha del mercado, la que, cuando la empezáramos a consumir, nos gustaría haber encontrado en las tiendas. Queríamos que fuera la más saludable. Investigamos y hemos conseguido que sea la que tenga menos azúcar de su categoría. Tan poco, que no necesita frío para la conservación o el transporte. Está claro que queremos liderar el mercado y, cuanta más variedad de marcas, a más gente llegaremos. En EUA hay más de 300 empresas que conviven sin problema. La competencia es buena, en este sentido.

Foto: EcoArchivo

Productos de Kombutxa®

-¿A qué crees que responde su éxito?

-El cuidado de nuestra microbiota, como base para conseguir una buena salud, está en auge. Cada vez se dan a conocer, a nivel popular, más estudios que vinculan la alimentación saludable con la salud en su máxima expresión. Nuestro público ha visto que es posible tomar una bebida saludable y, a la vez, deliciosa. Kombutxa®, con una agradable burbuja natural, es un perfecto sustituto saludable a los refrescos azucarados y las bebidas de baja graduación alcohólica.

LOS PLANES

-¿Qué planes tenéis a corto plazo?

-A corto plazo queremos afianzarnos aún más en el mercado, continuar creciendo también en el canal Horeca y empezar la expansión internacional. Muchos potenciales clientes se interesan por nuestro producto y por la facilidad con que puede enviarse. Para hacer posible este crecimiento, nuestra planta de producción también va a crecer.

-¿Quién compra vuestros productos?

-Cuando empezamos a comercializar, nuestros clientes eran básicamente compradores de herbolario y tiendas ecológicas. Poco a poco, hemos ido ampliando el público y también vendemos en farmacias y parafarmacias, en tiendas gourmet, en gimnasios y centros de yoga. Como es un producto fácil de consumir, nos hemos introducido sin problema en restaurantes y cafeterías y hemos empezado a llegar a coctelerías que apuestan por incluir Kombutxa® en sus creaciones.

LOS PROBIÓTICOS

-¿Creéis que la gente entiende qué es un probiótico?

-Cada vez más. Se está haciendo mucha pedagogía en este sentido para que la gente tenga presente que estos microorganismos tienen un amplio abanico de beneficios. Los probióticos no sólo nos ayudan a fortalecer el sistema inmunológico, sino que también nos echan una mano para tratar enfermedades como las alergias, el asma, los problemas intestinales…

Esteban Zarauz

TRES FORMATOS POR TODAS PARTES

Kombutxa® se comercializa en tres formatos distintos en más de mil puntos de venta de la Península y Baleares. Puede encontrarse en grandes almacenes, en cadenas de alimentación saludable, en establecimientos ecológicos y herbolarios, en farmacias y parafarmacias, en centros de deporte y de yoga. En barril, encuéntrala en bares y restaurantes *healthy*. En tiendas, rellena tus botellas para ser más respetuoso con el medio ambiente. La empresa Kombutxa® elabora este té fermentado y lo comercializa desde 2015. Empezaron la producción a nivel casero para solucionar las dolencias de uno de los miembros del equipo que, observando una mejora sustancial en éstas, apostó por la creación de la marca para que todos pudieran experimentar sus beneficios. Su prioridad: elaborar la kombucha que le hubiera gustado encontrar en las tiendas cuando empezó a consumirlo: hacerla supersaludable sin renunciar a un sabor delicioso Actualmente, la *brewery* de Kombutxa, situada cerca de Barcelona, elabora 6 variedades distintas con ingredientes de primera calidad y de procedencia ecológica. Todas, envasadas en vidrio reciclable. Además, también tienen en el mercado Kombutxa en barril para servir a copas o rellenar botellas.

MÁS INFO. TOMA NOTA

Mūn Ferments
www.kombutxa.com

BERLIN EXPORT
ABONOS Y PIENSOS NATURALES
Los Angeles, Cal. USA
E-mail: bioaga@bioaga.com

Desde 1922

Tudela (Navarra)
Tel. 948 41 38 17
Fax. 948 82 84 37
www.berlinex.com

BERLIN EXPORT a la cabeza de la alta tecnología con sus abonos EKOCÉN, conocidos internacionalmente por sus excelentes resultados y calidad.

FERTILIZANTE NATURAL EKOCÉN SIN HUELLA DE CO2

RÉCORDS CON OMEGA 3 Y FIBRA DIETÉTICA:
10.500 Kg. de TRIGO con Vit. A, C y B12, con Omega3
14.500 Kg de ARROZ por Ha. con Vitamina A, con Omega 3
215.000 Kg. de TOMATES por Ha. 8´9% Brix Vit A, C, con Omega 3
415 Kg. de ACEITUNAS por árbol, 37% Rto. Con Omega 3
14.000 Kg. de UVA por Ha. 14º, 17´5 Resveratrol, con Omega 3
88.000 Kg. de PATATAS por Ha. con Vit. A, con Omega 3
22.000 Kg. de MAÍZ por Ha. con Triptófano y Vit. E, + Omega 3

INDIAVEDA
La India ancestral en formato ecológico

Indiaveda nace con la ilusión de compartir la sabiduría ancestral de India de una manera moderna y cercana, permitiendo que los conocimientos del ayurveda y el yoga lleguen a más personas interesadas en llevar una vida saludable y consciente. Indiaveda distribuye diversas marcas procedentes de India y se enfoca en una visión integral, donde los productos ayurvédicos son ofrecidos de manera complementaria junto con talleres, charlas y retiros. Luna Salvo es la encargada del departamento de Marketing y la que da las conferencias y talleres. Indiaveda estuvo en BioCultura BCN.

Foto: EcoArchivo

Luna Salvo es la encargada del departamento de Marketing de Indiaveda

Luna Salvo, luego de terminar sus estudios universitarios en Marketing y Administración de Empresas, de dedicó 10 años a formarse y trabajar en terapias alternativas. El 2013 viaja a India a formarse como terapeuta ayurveda e instructora de yoga. Encontró en la filosofía de India su verdadera pasión.

-¿Qué es Indiaveda?

-Indiaveda surge de la combinación de dos palabras: India y Veda, que significa conocimiento en sánscrito. Indiaveda es un proyecto que nace debido a nuestro interés personal por todo el conocimiento de India. Viajamos a aquel país con la intención de aprender más del ayurveda y el yoga. Y de buscar proveedores que pudieran/puedan ofrecernos productos de calidad, certificados como ecológicos y que hasta ahora no sean comercializados en el marcado español.

LAS MARCAS

-¿Cuáles son las marcas que distribuís?

-Distribuimos Organic India, empresa consolidada en India y presente en muchos países del mundo. Tienen una amplia gama de infusiones a base de tulsi (albahaca sagrada) y suplementos de hierbas. Distribuimos también la variedad de ghee de Golden Ghee, empresa eslovena que elabora su ghee artesanalmente a fuego y lo complementa con musicoterapia logrando productos únicos en calidad nutricional y energética. También distribuimos productos de cobre de Orenda India, y malas y pulseras de rudraksha de Mala Spirit.

> **"Donde estamos más presentes es en Catalunya. Hay dos razones para eso, una que Catalunya es una zona que va a la vanguardia en todo lo natural y ecológico, y la otra que nosotros tenemos nuestras oficinas aquí, por lo que la gestión se hace más rápida y directa. Distribuimos directamente nosotros, de momento no tenemos intermediarios"**

-¿Conoce el público español el ayurveda y lo que comporta?

-Aún el conocimiento en España es muy bajo, pero estamos seguros de que irá creciendo rápidamente en los próximos años. Por ejemplo, el yoga y el ayurveda van de la mano, son filosofías totalmente complementarias; por eso creemos que, así como el yoga se ha expandido, el interés por el ayurveda se hará presente en todos los practicantes de yoga como una manera de profundizar aún más en estas prácticas de salud y consciencia.

LO MÁS DEMANDADO

-¿Cuáles son vuestros productos más demandados?

-El ghee es uno de los productos estrella, tanto el Golden Ghee de vaca como el MeGhee de cabra: son productos alimenticios fáciles de consumir en todo tipo de preparaciones. Las infusiones de Tulsi más consumidas son Tulsi Sweet Rose, Tulsi Wellness y Tulsi Sleep. De los suplementos los más demandados son el Ashwagandha, el Brahmi y el Triphala, respondiendo a las necesidades de un mundo cada vez más estresado y con problemas digestivos.

-¿En qué zona de España se venden mejor vuestros productos y cómo es vuestra distribución?

-Donde estamos más presentes es en Catalunya. Hay dos razones para eso, una que Catalunya es una zona que va a la vanguardia en todo lo natural y ecológico, y la otra que nosotros tenemos nuestras oficinas aquí, por lo que la gestión se hace más rápida y directa. Distribuimos directamente nosotros, de momento no tenemos intermediarios, ya que, como son productos tan especiales, preferimos nosotros mismos ser los que los dan a

Foto: EcoArchivo

Productos de Organic India distribuidos en España por Indiaveda

conocer e informar de todas sus propiedades.

-¿Presentasteis alguna novedad en BioCultura BCN?

-Presentamos el nuevo packaging de Organic India, que después de muchos años ha renovado su imagen con un diseño más moderno, lleno de alegría y color. Cada infusión tiene su color asociado y viene en una caja de 25 bolsitas, lo cual ofrece al cliente final un precio por sobre más económico.

SECTOR ECOLÓGICO

-¿Cómo veis el sector ecológico en la actualidad?

-Lo vemos como un sector bastante dinámico, en continuo crecimiento, tanto de marcas como productos, reflejo del constante interés de un mundo por nutrirse mejor. A pesar de todo este movimiento, nosotros vemos algo único en lo que ofrecemos, ya que el ayurveda es algo ancestral, con más de 5.000 años de antigüedad… Por ello no es que estemos inventando algo nuevo, sino que estamos trayendo algo que ha sido más que probado, que funciona y que además es ecológico.

-¿Cómo imagináis vuestra empresa y el sector dentro de 10 años?

-Al sector lo vemos mucho más maduro, con empresas más consolidadas y también con la presencia de muchas marcas propias de grandes superficies. Nosotros también nos visualizamos más consolidados tras todos estos años de estar trabajando mucho para difundir el ayurveda junto con toda una red de terapeutas, médicos y centros de yoga. Creemos que la palabra ayurveda resonará tanto como yoga, y que Indiaveda será el distribuidor referente en España en este ámbito.

Carolina Sánchez

MÁS INFO
TOMA NOTA

INDIAVEDA

Fogars de la Selva – Barcelona
T. +34 972 865 213
info@indiaveda.es
www.indiaveda.es

HOTEL CIMBEL
En busca del autoabastecimiento solar

El Hotel Cimbel, situado en primera línea de la Playa de Levante en Benidorm, es uno de los hoteles más clásicos y con más fama de toda la Costa Blanca debido a su trayectoria desde 1974. El hotel cuenta con 168 habitaciones entre habitaciones normales y Premium. Ahora, ha llevado a cabo una inversión "solar" para que el hotel pueda generar una parte de sus necesidades energéticas. Ricardo Sánchez es director del Hotel Cimbel y Pablo Bolaño charló con él sobre este y otros asuntos.

-El hotel Cimbel ha hecho una fuerte apuesta medioambiental. ¿En 10 años estará amortizada?

-Acabamos de terminar este proyecto el cual se estima que estará amortizado en 8-10 años. Teniendo en cuenta una inversión de cerca de 35.000€ estamos obteniendo ahorros de 250-300€ en consumo eléctrico x 12 meses = +-3000€ / año. Aún no disponemos de un año completo ya que apenas llevamos 4 meses pero los números están saliendo a la perfección de las estimaciones iniciales.

Foto: EcoArchivo

Ricardo Sánchez es director del Hotel Cimbel de Benidorm

CABALLO GANADOR

-¿En qué medida los hoteles españoles se están ¨poniendo las pilas¨ en este aspecto? ¿Conocen inversiones parecidas?

-Los hoteles, y no solo en España, nos estamos poniendo las pilas porque ¨estamos viendo las orejas al lobo¨. El Hotel Cimbel está absolutamente concienciado de que debemos de cuidar nuestro planeta y de que cada uno puede poner un granito de arena para llegar a este objetivo: ¨que nuestros hijos y nietos puedan disfrutar de lo mismo que hemos vivido nosotros¨. A día de hoy las inversiones encaminadas al ahorro energético no son precisamente económicas pero es una apuesta que en nuestra opinión es ¨caballo ganador de cara al futuro¨. Hay muchos hoteles, más aún los que estamos en zonas de costa, que hace años ya trabajamos con paneles solares para calentar el agua caliente sanitaria, con lo que matamos dos pájaros de un tiro: ahorro energético por una parte y sostenibilidad por otra.

Foto: EcoArchivo

Una imagen de la pérgola fotovoltaica recientemente instalada

-Según Tripadvisors, 3 de cada 5 viajeros se han alojado al menos una vez en un establecimiento con prácticas eco-sostenibles. ¿Los hoteles quieren no perder clientela con estas acciones medioambientales y/o lo hacen realmente por concienciación?

-En el caso del Hotel Cimbel se hace mucho más por concienciación medioambiental que por no perder clientes. ¿Por qué? Porque el 80% de nuestros clientes son españoles y por desgracia tenemos aún muy poca conciencia medioambiental al no tener cultura de la misma. Poco a poco vamos avanzando, sobre todo gente joven, pero en Benidorm durante 10 meses al año no hay mucha clientela joven. Si este hotel tuviera una clientela alemana o nórdica podrían realizarse estas inversiones para no perder clientes.

OTRAS ACCIONES AMBIENTALES

-¿De qué otras maneras fomenta el hotel el ahorro energético y/o la sostenibilidad?

-En nuestro caso llevamos años realizando pequeñas acciones que por separado no son gran cosa pero que sumándolas todas ellas supone un gran esfuerzo, tales como:

- Disponemos en todos los grifos del hotel de perlizadores que nos permiten ahorrar el 30-40% del caudal del agua que sale de los grifos (disponemos de más de 800 grifos, sean duchas, bidets, lavabos, cocinas, vestuarios, aseos clientes y personal….).
- Cartelería dirigida a clientes y a personal sobre el adecuado consumo del agua, así como de no tirar a lavar todas y cada una de las 4-6 toallas que diariamente deberíamos de cambiar. Nadie absolutamente en su propio hogar usa 2-4-6 toallas al día; debemos de hacer lo mismo cuando estamos fuera de casa aunque se esté pagando por una habitación de un hotel.
- En todas las habitaciones tenemos un sistema que, cuando el aire acondicionado o la calefacción está en marcha, en cuanto se abre una puerta o una ventana automáticamente deja de funcionar.
- Los tarjeteros de las habitaciones no funcionan con cualquier llave o tarjeta de visita, sino con las llaves que el hotel proporciona, con lo que intentamos evitar que los clientes dejen una llave puesta para mantener el aire acondicionado o la calefacción encendida todo el día.

- Los minibares son de un consumo mínimo teniendo en cuenta que es el único elemento que cuando un cliente sale de su habitación este sigue encendido para no perder la temperatura.
- Tenemos sensores de presencia de luces en todos los pasillos y en el parking. En el resto de zonas resultaría inadecuado para la correcta visibilidad de nuestros clientes.

CALENTAMIENTO GLOBAL

-La zona Levantina es una de las que, según diversos informes, más va a sufrir el calentamiento global. ¿Tienen datos al respecto? ¿Les preocupan estas predicciones?

-No disponemos de datos al respecto: ningún organismo público, administración o asociación sectorial nos ha hecho llegar información al respecto. Esto no quita para que seamos conscientes del problema futuro que nos pueda deparar, estando un hotel como el nuestro a escasos 15-20 metros de la arena de la playa. Tal y como estamos cuidando el planeta no me extrañaría que estos procesos se aceleren porque el ser humano ha hecho y sigue haciendo una gestión nula en el cuidado del medio ambiente. Por desgracia las empresas y los gobiernos, en su mayoría, vivimos el día a día y no vemos más allá.

-¿Piensan que la crisis climática podría poner en peligro nuestros negocios en la costa? ¿Podría afectarles el crecimiento del nivel del mar estando en primera línea de playa?

-Por supuesto que pensamos que nuestros negocios se verían afectados, pero no solo nuestros negocios sino un destino entero podría verse afectado. Benidorm es un referente a nivel mundial en el turismo de sol y playa, miles de puestos de trabajo viven de este sector (bares, restaurantes, comercios, empresas de alquileres de bicis, scooters, actividades deportivas, visitas, etc.)… Millones de turistas nos visitan cada año: sería una auténtica catástrofe económica pero sobre todo natural. Si el nivel del mar subiera hoteles como el nuestro no sé cómo podrían adaptarse a algo que es desconocido por completo y que ni siquiera se han hecho estudios de cómo poder sobrevivir ante una hipótesis como esta. Esperamos que esta situación no se llegue a producir nunca.

LOS CLIENTES

-¿Sus clientes saben valorar este tipo de iniciativas?

-El cliente, en general, es muy curioso, se molesta por saber qué hacemos, como lo hacemos, para qué sirve. Como ejemplo diré que desde hace un año que instalamos cargadores para vehículos eléctricos estamos teniendo una demanda que a veces no podemos cubrir. De hecho estamos valorando la temporada próxima seguir instalando estos sistemas de carga rápida para este tipo de vehículo. Las empresas hacemos cambios y mejoras, la gran mayoría dirigidas al ahorro energético y los clientes lo valoran positivamente porque todos vivimos en el mismo planeta así que debemos de concienciarnos todos.

-¿Van a seguir ustedes iniciativas de este tipo?

-Por supuesto que sí: todo lo que sea positivo para poner un granito de arena y que nuestro planeta no se desmorone… aquí seguiremos intentando estar a la vanguardia de cada proyecto que pueda surgir. Quien no se dé cuenta hacia dónde vamos se está equivocando y si sólo pensamos en rentabilidad se estará equivocando de nuevo.

P. Bolaño

Foto: EcoArchivo

Hay muchos espacios donde instalar placas solares…

UNA PÉRGOLA SOLAR
34 PLACAS SOLARES

La ciudad de Benidorm sigue a la vanguardia dentro del turismo, en esta ocasión gracias al Hotel Cimbel, situado en primera línea de la playa de Levante. Es el primer establecimiento hotelero de España en apostar por la innovación y la sostenibilidad con la instalación de una pérgola fotovoltaica para autoconsumo que permitirá que sus nuevas habitaciones deluxe, con piscinas privadas, sean autosuficientes. La empresa benidormí Cubierta Solar®, junto con CYC Proyectos, han sido las encargadas de este proyecto.

La sostenibilidad es cada día más importante dentro del sector hotelero. Según el portal Tripadvisor tres de cada cinco españoles se han alojado al menos una vez en un establecimiento con prácticas eco-sostenibles. Cada vez son más los establecimientos concienciados con la importancia de la sostenibilidad y que buscan soluciones adaptadas, como la que acaba de instalar el Hotel Cimbel.

Este establecimiento, situado en primera línea de la playa de Levante, ha apostado por buscar una solución sostenible para sus habitaciones con solárium: una pérgola fotovoltaica que ejerce doble función, la de generar electricidad para el consumo del hotel y dar sombra a los clientes en la zona de la piscina. Una solución técnica respetuosa con el medio ambiente y estéticamente novedosa que se beneficia de un recurso inagotable y abundante en la ciudad de Benidorm como es el sol.

La pérgola es de 11,22 kW de potencia y 422.639 kWh de producción, está compuesta por 34 placas solares Exiom, caracterizadas por tener un 95% de opacidad, sin marco perimetral de aluminio. La energía que producirá será un 51% más barata que la de red y permitirá que se reduzcan las emisiones de CO_2 a la atmósfera. La inversión realizada tiene un retorno previsto en diez años.

"Las pérgolas fotovoltaicas son un producto acorde al sector hotelero y que cumple con las políticas de innovación y sostenibilidad que imperan en él. Son soluciones que permiten convertir los espacios ociosos o sin ningún uso en puntos generadores de energía limpia. Las zonas más indicadas para instalar estas pérgolas son los jardines, los parkings, la zona de la piscina o la propia entrada del establecimiento", ha comentado Luis Navarro, gerente de Cubierta Solar®.

INTEGRAL. MEDICINA INTEGRATIVA Y ESCUELA DE SALUD

"La medicina integrativa es el conocimiento y el arte de utilizar e integrar todos los criterios"

Carolina Sánchez entrevista a Pedro Ródenas, socio fundador de "Integral. Medicina integrativa y Escuela de salud" (www.integralcentremedic.com), que, desde Barcelona, ha sido un faro de luz en el mundo de la medicina integrativa. Esta entrevista es más necesaria que nunca ante la hostilidad con que los medios oficialistas están despreciando a las medicinas integrativas.

-¿Cuándo, y con qué propósito, nació "Integral. Medicina integrativa y Escuela de Salud"?

-En 1978, seis médicos (algunos todavía estudiantes de Medicina) y un editor, fundamos la revista "Integral". En 1985, después de siete años dedicados a divulgar consejos prácticos de higiene y salud, una tarea de medicina preventiva, pasamos a hacer también realidad la relación entre las personas y los profesionales de la salud: inauguramos "Integral, Centre Mèdic i de Salut", hoy "Integral. Medicina Integrativa i Escola de Salut". Nuestro propósito era, y sigue siendo, acompañar a las personas en sus procesos vitales, facilitando su autoconocimiento, autonomía, empoderamiento y desarrollo más consciente y responsable de su propia salud y la de su entorno. Por este motivo siempre ha estado presente, al lado de la palabra medicina, el vocablo salud. Son dos conceptos que nunca se pueden separar. Nuestro objetivo es dar recursos y educar para prevenir, curar y mantener la salud, de manera que el paso por la consulta aporte un cambio cualitativo en la vida de las personas.

Foto: EcoArchivo

Pedro Ródenas, uno de los responsables de Integral. Medicina Integrativa y Escuela de Salud

ENFOQUE HOLÍSTICO

-¿Qué actividades realizáis para cumplir este objetivo?

-Desde el inicio, al lado de la consulta médica y terapéutica, que ha sido el motivo principal por el que acuden los pacientes a Integral, hemos, y seguimos realizando, charlas gratuitas, "los martes de Integral", en la consulta y después en bibliotecas públicas o centros cívicos, y talleres teórico-prácticos sobre los temas de interés relacionados con el empoderamiento de las personas, antes en el "Aula de salud" y ahora en la "Escuela de salud". Talleres sobre terapias, alimentación, automasaje, emociones, dificultades en el aprendizaje, la paz, conflictos existenciales… Desde Integral, a lo largo de estos años, también hemos participado en tareas de formación de profesionales, en especial en másters y posgrados de Medicina Naturista y de Medicina Tradicional China. Las prácticas de esta última formación se siguen realizando en nuestro centro. En todas nuestras actividades siempre está presente el enfoque que contempla a la persona globalmente, con sus aspectos físicos, emocionales, psicológicos y espirituales, sus variantes de estilo de vida y su relación con el entorno social y medioambiental.

-¿Desde cuándo estáis presentes en BioCultura?

-BioCultura siempre ha sido para nosotros una referencia como lugar de encuentro y difusión de los temas relacionados con la salud y la ecología. Participamos con nuestras conferencias desde las primeras ediciones en Barcelona hasta el día de hoy, sin haber faltado ningún año. Agradecemos mucho la posibilidad que nos brinda la feria de acercarnos a la población para ejercer nuestro trabajo de escuela de salud y de reflexión sobre la actualidad, no solo del mundo sanitario y profesional, sino también en el ámbito social y medioambiental. Por todos estos motivos valoramos, y estamos orgullosos, del reconocimiento que recibimos el pasado año en los Premios BioCultura BCN25 como uno de los grupos pioneros del sector.

MEDICINA INTEGRATIVA

-¿Actualmente qué servicios terapéuticos ofrecéis?

-Igual que no podemos dejar de ver a la persona de forma global, no podemos abordar el tratamiento de forma parcial. Y aunque, para entendernos, clasificamos nuestros servicios en tres grupos, el trabajo en equipo nos permite hacer las derivaciones oportunas cuando es necesario. Podemos hablar de un servicio de Criterios Médicos, con visiones integrales de la persona, el diagnóstico y el tratamiento, como son la medicina naturista, la medicina tradicional china, la medicina homeopática, la medicina antroposófica y la medicina ayurvédica. También tenemos un segundo grupo de servicios que lla-

Foto: EcoArchivo

Una sesión de acupuntura

Foto: EcoArchivo

Todo el equipio de Integral. Medicina integrativa y Escuela de Salud… reunido

mamos de Psico-pedagogia infantil, juvenil y del adulto, que incluye diferentes enfoques de la psicología (cognitivo emocional, sistémica integral, psicoanalítica…), técnicas de resolución de conflictos, técnicas de relajación, desarrollo personal, programas para la mejora de la atención y procesos de aprendizaje, pedagogía de la escucha, método Tomatis, arteterapia y sofrología. Y, por último, la oferta que corresponde a las Terapias. Desde la dietética y nutrición, la terapia neural, la psiconeuroinmunoendocrinología, la fisioterapia global activa, la craneomandibular, oncológica y neuromusculoesquelética, terapia física del edema, hasta la osteopatía del adulto y pediátrica, las terapias manuales (quiromasaje, drenaje linfático, shiatsu, masaje facial japonés kobido…), y estética natural. Todos estos servicios se han de entender desde la visión de la medicina integrativa.

-¿Cómo definís la medicina integrativa?

-La medicina integrativa es el conocimiento y el arte de utilizar e integrar todos los criterios y recursos que estén a nuestro alcance, seleccionando los más adecuados en cada caso, para ayudar a prevenir la enfermedad, recuperar la salud cuando ésta se ha perdido y mantenerla una vez se ha recuperado, respetando la respuesta curativa innata del organismo y evitando ante todo perjudicar al paciente. Contempla la persona en su globalidad e inmersa en su entorno. Ejercer la medicina integrativa implica la participación del paciente y que el profesional sea consciente de los límites de los propios recursos terapéuticos y tenga conocimiento de las otras opciones, para saber derivar cuando nuestros consejos no son suficientes. Por este motivo es importante trabajar en equipo y de forma pluridisciplinar. Los profesionales que trabajamos en "Integral. Medicina Integrativa y Escuela de salud", ya sea en los servicios médicos, de psico-pedagogía o terapias, tenemos las dos formaciones, la oficial o convencional y la no convencional, lo que nos permite practicar la medicina integrativa de forma eficaz. Esta filosofía de trabajo es la que hemos mantenido desde nuestro origen. No en vano Integral es nuestro nombre.

ESCUELA DE SALUD

-Háblanos de la "Escuela de salud".

-Como hemos comentado anteriormente, la salud es nuestra prioridad, puesto que como dice un aforismo Hipocrático: "Lo que previene cura". Por eso, además de realizar en la consulta un trabajo de mejora de hábitos al mismo tiempo que tratamos las alteraciones de la salud, potenciamos las actividades de divulgación, con conferencias y publicaciones en revistas y en la web, y actividades de formación con cursos y talleres, orientadas a acompañar a la persona en su autoconocimiento y empoderamiento.

-¿Cuál es vuestra postura respecto al ataque que están recibiendo todos los recursos terapéuticos no convencionales desde los estamentos oficiales, denominándolos pseudoterapias?

-Nuestra postura es de un claro rechazo a un ataque inquisitorial y no fundamentado a todo lo que no sea "oficial", promovido y realizado por personas, colectivos y estamentos oficiales, que, desde el total desconocimiento, en ningún momento han dado la voz, ni han querido escuchar, ni aceptar documentación de los profesionales que practican estos criterios médicos o recursos terapéuticos y que tienen una amplia formación y experiencia. Mezclan tratamientos poco serios con otros contrastados y con siglos de vigencia, intentando descalificarlos a todos. Creemos que la mejor solución es hacer una regulación, dando voz a los implicados (ya se ha intentado en Catalunya en dos ocasiones en las que hemos participado), de manera que se dé una información veraz de cada criterio o terapia, y de la formación que tiene quien la práctica. De este modo el paciente tendrá la libertad de escoger el profesional al que desee acudir, desde un especialista a un curandero, sin ser engañado.

33 AÑOS

-Desde la experiencia de estos 33 años de existencia, ¿cómo podríais definir la evolución de la demanda de la población respecto a las medicinas y terapias no convencionales?

-En los años ochenta, los pacientes que acudían a nuestros servicios eran mayoritariamente personas de edad, que llegaban después de probar todos los tratamientos convencionales buscando otra solución, y, en menor medida, gente joven y con un nivel cultural medio-alto (curiosamente muchos de ellos maestros o profesores), crítica con los tratamientos sintomáticos que recibía, que acudían a centros como el nuestro como primera opción. En los últimos años cada vez más personas eligen la medicina integrativa como primera opción. La polimedicación y sus efectos secundarios, que arreglan un órgano y estropean otro, favorecen esta decisión. El tipo de demanda, que antes era predominantemente orgánica, relacionada con dolencias físicas, ahora tiene más componentes emocionales y existenciales relacionados con la velocidad y el estrés y la incertidumbre de la vida moderna. No podemos ocultar tampoco que el ataque institucional que están recibiendo las medicinas y terapias no convencionales en los últimos meses… está afectando al número de pacientes que hasta ahora recibían muchos centros y profesionales.

C. Sánchez

EL FUTURO
BUSCANDO LA SALUD Y LA MEDICINA INTEGRATIVA

-¿Cómo veis el futuro?

-Si la Sanidad quiere ser sostenible, no tiene más remedio que dejar de centrarse en combatir la enfermedad y en su tratamiento sintomático y apostar por ir en busca de la salud, con recursos que ayuden a la fuerza curativa del propio organismo (Vis Natura Medicatrix o mecanismos de autorregulación u homeostasis) y con consejos que empoderen a la persona facilitando la prevención y el mantenimiento de su salud y la de su entorno. Ahí, todos los que trabajamos en el campo de la salud integral y la ecología tenemos mucho que decir y aportar.

MÁS INFO. TOMA NOTA

INTEGRAL, CENTRE MÈDIC I DE SALUT
c/Diputación, 321 1º 1ª. 08009 Barcelona
Horario: de lunes a viernes de 10h a 14h y de 15h a 20h.
T.: 934 677 420 - email: info@integralcentremedic.com
www.integralcentremedic.com

MERCEDES CARANDINI
"Poca gente sabe cómo utilizar la nutrición para afrontar las diferentes circunstancias vitales"

Mercedes Carandini es directora y terapeuta del Centro Más Vida de Barcelona. En 1997 se inició en el campo de la medicina alternativa. Unos años después se graduó como experta en Medicina Tradicional China, acupuntura y auriculoterapia. Posteriormente, completó su formación con estudios de homeopatía, naturopatía, fitoterapia y con un máster de nutrición ortomolecular en la Association Française de Medicine Orthomoleculaire. Su trayectoria profesional y vocación por la medicina le indujo a profundizar en diversas áreas de la medicina tradicional (anatomía, fisiopatología, bioquímica y endocrinología) para aplicar con rigor científico la medicina alternativa. Ahora, acaba de publicar "Averigua por qué engordas… y adelgazarás cuanto desees" (Gaia).

Foto: EcoArchivo

Mercedes Carandini acaba de publicar un nuevo libro sobre todo aquello que es obesógeno

"Averigua por qué engordas… y adelgazarás cuanto desees", de Mercedes Carandini, es un completo manual sobre cómo influye una mala nutrición en nuestra salud y la manera de cambiarla. El retorno a una alimentación más sana y correcta nos alejará de patologías prevalentes en el siglo XXI como hipertensión, arterioesclerosis, diabetes, cáncer, procesos autoinmunes, cardiovasculares, endocrinos, digestivos, respiratorios, osteoarticulares o cutáneos. Y también nos protegerá frente a diferentes desequilibrios psíquicos, consecuencia de una mala nutrición. "Un cuerpo bien nutrido resiste mejor las enfermedades", dice Carandini.

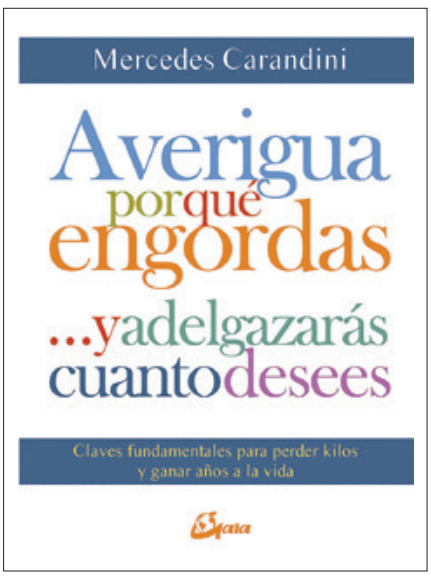
-¿Por qué engordamos?

-Debemos entender la ganancia de peso como un problema multifactorial, obviamente relacionado con la alimentación, pero también con el metabolismo, la correcta función de los órganos depurativos y el estrés… porque interfiere en la estrecha relación que tiene el sistema digestivo y endocrino con el cerebro.

LAS CONSECUENCIAS

-¿Qué males asociados conlleva la obesidad?

-El exceso de peso, a la larga, afecta prácticamente a todo el organismo: al sistema cardiovascular (ictus, hipertensión, dislipidemia), al aparato respiratorio (disnea y propensión a infecciones) y al locomotor (artritis, artrosis, dolores musculares). Así mismo, se lesionan los sistemas relacionados directamente con la obesidad: el endocrino (diabetes, síndrome metabólico y desequilibrio de las hormonas sexuales); el digestivo (alteración de la flora intestinal-inmunidad y trastornos en la absorción de nutrientes); y el nervioso (estrés, ansiedad, depresión, libido y perturbaciones del sueño).



La portada del nuevo libro de Carandini

-Comemos "malamente"… ¿Por qué? ¿Cuáles son los peores hábitos para descontrolar nuestro organismo?

-Sí, poca gente sabe cómo utilizar la nutrición para afrontar las diferentes circunstancias vitales. Las dietas demasiado restrictivas y/o desequilibradas, comer a deshoras, combinar mal los alimentos; abusar del café, chocolate, alcohol, tabaco e incluso algunos fármacos; el sedentarismo, el sueño escaso y poco reparador; y el mal manejo del estrés son hábitos nefastos para la salud.

QUÍMICOS OBESÓGENOS

-¿En qué medida la exposición a químicos obesógenos a través de la dieta nos puede descompensar?

-La industria alimentaria utiliza estos químicos para potenciar el sabor, mejorar la presentación y aumentar la producción. Su consumo habitual nos afecta de diversas maneras: las hormonas y fármacos utilizados en animales desequilibran el metabolismo; los pesticidas y abonos químicos en fruta y verduras provocan quelación de vitaminas y oligoelementos necesarios para reacciones vitales; los potenciadores de sabor como el glutamato aumentan el apetito y provoca hiperactividad del sistema nervioso; las grasas trans en la bollería afectan la estructura de las células, especialmente las nerviosas y del sistema inmunitario.

-¿Por qué un cuerpo bien nutrido resiste mejor las enfermedades?

-Debemos partir de la idea de que estamos formados por millones de células capaces de sanarse. Una nutrición equilibrada ayuda a depurar las toxinas, controlar

los procesos inflamatorios, facilitar la función del sistema inmunitario y potenciar la regeneración celular.

DIETAS "MILAGRO"

-¿Las dietas milagro son obesógenas a la larga?

-Las dietas "milagro" preconizan el adelgazamiento rápido a costa de una alimentación desequilibrada, pero a la larga la disminución calórica acompañada de la falta de nutrientes esenciales… provoca un enlentecimiento del metabolismo y favorecen el efecto rebote.

-¿Por qué el estrés provoca o puede provocar obesidad?

-El estrés estimula el apetito porque bloquea las hormonas de la saciedad en el cerebro, desata el hambre compulsiva, el deseo de azúcares rápidos. El predominio del sistema nervioso simpático afecta a la tiroides, lo que disminuye el metabolismo; trastorna el ritmo intestinal provocando retención de líquido y aumento del tejido adiposo. Impide un sueño reparador, ocasionando astenia con la consiguiente falta de actividad física: disminuye la serotonina, la molécula del bienestar y todo ello cronifica el estrés.

LA SALUD PSÍQUICA

-¿Si nos alimentamos bien estaremos mejor de salud psíquica y de buen humor?

-Sí, conocer los nutrientes que precisamos para funcionar correctamente nos brinda la oportunidad de reconciliarnos con nuestro organismo, aceptar sus limitaciones, lo que modula la respuesta emocional del sistema nervioso.

-¿Hacia dónde va la alimentación?

-Depende de la conciencia que tengamos al respecto. No frenar la explotación irresponsable de los recursos naturales no sólo provocará la prevalencia de las patologías del siglo XXI, sino también la aparición de enfermedades emergentes. El retorno a una alimentación sostenible, natural y equilibrada debería ser el objetivo de una sociedad más saludable.

C. Sánchez

ALIMENTOS ECOLÓGICOS
LOS MEJORES

Mercedes Carandini nos dice que tener una dieta variada y equilibrada evidentemente es esencial, "pero desgraciadamente no es suficiente. En la actualidad, alrededor del 60% del aporte energético proviene de alimentos ricos en calorías y pobres en minerales y vitaminas. La superproducción industrial, el empobrecimiento del suelo y los herbicidas y pesticidas merman la biodisponibilidad de los micronutrientes en las frutas y verduras. El transporte y la calidad de los embalajes juega también un rol nocivo en la conservación de las vitaminas. Las carnes, el pescado, los huevos y productos lácteos proceden de animales 'criados express': enjaulados, alimentados para engordar, con hormonas, antibióticos y otros medicamentos que al inferirlos contaminan nuestro organismo". Por otro lado, continúa, "los conservantes, aditivos, potenciadores del sabor, colorantes, que se añaden a los alimentos pueden ser cancerígenos, dar lugar a alergias y otros efectos secundarios indeseables como excitación neuronal. Los alimentos ecológicos garantizan el aporte en vitaminas antioxidantes, minerales y enzimas, algunos ácidos grasos e incluso amino-ácidos necesarios para el correcto funcionamiento del organismo y están libres de productos tóxicos".

BIOVIDASANA COSMÉTICA CERTIFICADA

¿Conoces la norma de certificación de cosmética ecológica que más utilizan las pequeñas y medianas empresas españolas?

LA CERTIFICACIÓN BIOVIDASANA SE DISTINGUE POR...

- ✔ Mayoría de ingredientes naturales (preferentemente ecológicos certificados)
- ✔ Sin ingredientes químicos perjudiciales para la salud o el medio ambiente
- ✔ Sin ingredientes transgénicos o nanotecnológicos
- ✔ No irradiada
- ✔ No testado en animales
- ✔ Norma nacional
- ✔ Fomento de proyectos artesanos y apoyo al desarrollo rural
- ✔ Ingredientes, fórmulas, etiquetas y sistemas de producción rigurosamente revisados y aprobados por la certificación

Con la garantía de la Asociación Vida Sana
entidad sin ánimo de lucro y declarada de utilidad pública

bio VIDA SANA — Cosmética con un 90% de ingredientes ecológicos para la categoría I; y entre el 15-89% para la categoría II (producto cosmético ecológico o natural con un % de ingredientes ecológicos)

bio VIDA SANA ECOPlus — Empresas con el 80% de sus productos en la categoría I (cosmética ecológica) y no producen cosmética convencional bajo otras marcas

nat VIDA SANA — Producto cosmético natural con menos de un 15% de ingredientes ecológicos

CERTIFIED bio.inspecta BioVidaSana — La cosmética BioVidaSana está certificada por bio.inspecta

Más información: biovidasana@vidasana.org || http://www.biovidasana.org

MARDÍA HERRERO
"El ser humano moderno vive muy fragmentado"

Mardía Herrero (Madrid, 1981), escritora, profesora y youtuber, es doctora en Literatura y DEA en Ciencias de las Religiones. Ha publicado recientemente "Cómo Santa Teresa me acompañó al sufismo" (Fragmenta, 2018). Otros libros suyos son "39 semanas y media. Un embarazo sufí" (Mandala, 2016), y "El paraíso de los escritores ebrios" (Amargord, 2007). Participa en conferencias para hablar de sufismo, mística cristiana, teorías del imaginario y maternidad sagrada. Ha creado, junto a su marido Rafa Millán, el canal de youtube "Psicología y espiritualidad". Es madre de 5 hijos.

Foto: Amanda Ortega

Mardía Herrero es escritora y youtuber

-Antes de publicar "Cómo Santa Teresa me acompañó al sufismo" con Fragmenta Editorial, publicaste "39 semanas y media. Un embarazo sufí" con Mandala. ¿Le puedes explicar el contenido de este libro a nuestros lectores?

-"39 semanas y media…" es, formalmente, el diario de embarazo de mi tercera hija, Fátima. La idea de escribirlo surgió de repente, como una inspiración, mientras caminaba una mañana hacia el instituto en el que daba clases. Llegaron a mi corazón el título y la estructura, aunque no estaba embarazada. Y me puse a escribir, comprometida con ser sincera cada día y con compartir mis vivencias espirituales, sabiendo que la experiencia más concreta, cuando es auténtica, se vuelve universal. A los pocos días, Fátima empezó a formarse en mi vientre.

FETOS SINTIENTES

-¿El mundo ha olvidado que un feto es un ser sintiente? Reclamamos, de forma acertada, que los animales pueden sentir. Pero, ¿por qué olvidamos que los fetos pueden relacionarse con su madre?

-Quizá porque le damos demasiada importancia a la vida consciente, lo que creo tiene que ver con el racionalismo moderno. Para mí, la persona se hace más en el vientre de su madre y en los primeros dos años de vida que cuando empieza a dominar el lenguaje. Estos tres años entre embarazo y lactancia son esenciales en la conformación de lo que será. Y todo le influye, porque todo lo sabe sin saberlo: el estado emocional de la madre, el ambiente familiar, y las verdades o mentiras con las que viven los que la rodean.

-Para un sufí y/o musulmán, la familia es algo muy importante. La familia, hoy, es una especie en vías de extinción y no sólo en Occidente. ¿La destrucción del ámbito familiar es uno de los últimos escalones del proceso de Kali Yuga?

-Sabe Dios. Lo que sí es cierto es que para el ser humano, hecho a imagen y semejanza de lo divino, la forma más concreta de vivir en este mundo un amor que procede del otro mundo es el matrimonio, y el fruto más concreto de ese matrimonio (y que metaforiza la trascendencia del dos)… son los hijos. La familia conformaría así la unidad primordial desde la que reunificarnos, la primera experiencia de amor para cualquier ser humano. Su destrucción genera y anuncia violencia.

SANTA TERESA

-¿Cómo conociste la obra de Santa Teresa y por qué te conmocionó?

-Antes de conocer su obra, la conocí, de un modo vago e impreciso pero constantemente presente, a ella. Mis abuelos se fueron a vivir a Ávila poco después de nacer yo, y pasé en ella todas las navidades de mi vida hasta que, en 2014, falleció mi abuelo. Ávila nombra a Santa Teresa todo el tiempo, pero esa presencia constante a la vez la revela y la vela. Cuando entré en la adolescencia empecé a leer sus libros, buscando en su vida un reflejo de mi propio anhelo espiritual y en su literatura un espejo de la mía. Siento que me ha acompañado siempre.

-San Juan de la Cruz, Santa Teresa, Nicolás de Cusa y otros místicos de la cristiandad recibieron la influencia sufí. De eso no cabe ninguna duda. ¿De qué manera crees que se manifestó esa influencia en sus vidas y en sus obras?

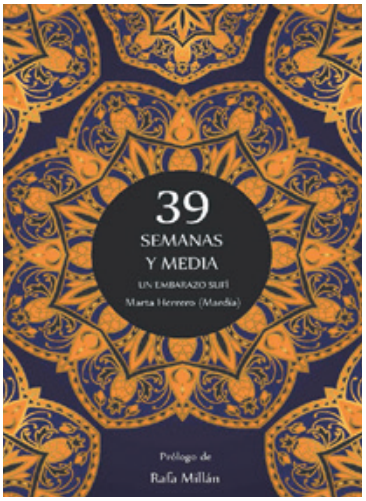
-Luce López Baralt ha rastreado la imagen de los siete castillos concéntricos en la literatura sufí, aunque parece que la influencia del sufismo en Teresa fue indirecta, relacionada con la macedonia de imaginarios que era la España del siglo XVI. Lo que a mí me interesa son similitudes más profundas. Teresa podría hacer propio el dicho del profeta Muhámmad "Conócete a ti mismo y conocerás a Dios", lo que aparecía también escrito en el frontispicio del templo de Delfos, y lo que permanece de alguna manera tatuado en el corazón humano. Teresa entró a fondo y sinceramente en su vida concreta y eso la hizo universal, más allá de toda etiqueta. Se comprometió a fondo consigo y con su vía (cristiana) y halló en su corazón (ella lo llamaba alma) a Dios, que es Uno.

LA FRAGMENTACIÓN

-Dijo Theilard de Chardin que, hoy, al hombre moderno sólo le queda la mística o el suicidio. ¿Por qué?

-El ser humano moderno vive muy fragmentado. Se ha separado de la fuente y con ello del amor, el sabor, el sentido, y la luz. Incluso se ha separado de la verdadera humanidad. Eso nos deja a la intemperie. Nos vuelve zombies, robots, egos insaciables o seres puramente sufrientes. Sin una experiencia de lo divino como unidad, que dota

a la vida de sentido, limita nuestro ego para que pueda expresarse nuestro corazón y sutura nuestras heridas existenciales trascendiéndolas, solo queda la violencia, contra uno mismo (suicidio) y contra los demás (asesinato). Aun así, tengo esperanza. Porque al final, solo hay Dios; y Dios es Amor.



Los últimos libros de Mardía,,,

-Háblanos del tema de las enfermedades mentales en la población infantil. No paran de crecer. La sociedad responde con fármacos. Pero, ¿cuál sería la respuesta acertada?

-Como docente y esposa de un psicólogo, este tema me preocupa especialmente. El llamado TDAH (Trastorno por Déficit de Atención e Hiperactividad) se está extendiendo en las escuelas y los institutos como una plaga. Los psiquiatras recetan fármacos que, en principio, fijan a los chicos a la silla y mejoran levemente su concentración, pero son drogas duras y a medio plazo pueden dejar terribles secuelas. Es cierto que existe un problema de atención, generalizado. Cualquier tradición religiosa o técnica meditativa insiste en la importancia de la atención, porque solo en el presente se conecta con lo divino, porque solo se alcanza el ser en el perfeccionamiento del estar, porque uno solo se realiza cuando deja de imaginar. Sin embargo, nuestra sociedad predica justo lo contrario. Los letreros de publicidad insisten en que soñemos ser justo lo que no somos, y todo está hecho para que llenemos de estímulos absurdos nuestro día a día. Los niños (que son más sinceros que los adultos) vienen a decirnos con sus dificultades de atención que algo estamos haciendo mal, pero, en vez de mirar dentro para señalar el problema real, tomamos de nuevo (así nos lo han enseñado) la vía rápida, la del escape o la zombificación, esta vez a través del diagnóstico psiquiátrico y la droga. Es la falta de atención la que prescribe el fármaco. La solución que propongo siempre es la misma: "Conócete a ti mismo y conocerás a tu Señor". Sé capaz de mirar a la cara a tus propias sombras. No huyas. No alimentes tu ego sin fin. Atrévete a luchar contra el dragón.

LOS ÍDOLOS

-Obviamente, la maternidad es una parte, o puede serlo, del camino espiritual. ¿Qué pasa con todas esas mujeres que no han tenido hijos, porque no han podido o no han querido?

-Para mí, el problema surge cuando conviertes la maternidad, que es un asunto importante para una mujer, en un ídolo. Me explico. Decir que una mujer solo se puede realizar si es madre es lo mismo que decir que solo se puede realizar si no lo es. Una mujer podrá realizarse sin ser madre en la medida en que se ponga al servicio del Amor. Y una mujer no se realizará, siendo o no siendo madre, en la medida en que se identifique solo con su ego. De lo que se trata es de, al igual que decía Teresa de Ávila, "darnos todas al Todo sin hacernos partes". Y ahí sí, eso sí: la maternidad, biológica, metafórica o espiritual, es una escuela bellísima para aprender el Amor.

-Los hijos y, en general, la familia… ¿son, o pueden ser, una herramienta válida para la lucha contra el "yo ilusorio"… que nos aparta del "yo universal"?

-Ponernos al servicio de otros nos descentra del ego para centrarnos en algo mucho más esencial. La maternidad es una experiencia inmejorable para silenciarse, desneurotizarse y conectar con el amor, eco de un Amor aún más grande. El compromiso con la crianza y la educación te obliga también a madurar y a enfrentar tus sombras, que muchas veces emergen en las personalidades o los problemas de los hijos.

LAS MORADAS

-Las moradas de Santa Teresa… Los castillos de los sufíes… ¿Cómo acceder a ellos en la era tecnológica?

-A pesar de lo que parezca, siempre es posible iniciar la vía espiritual. Siempre, no importa el mundo en el que vivamos, estamos a tiempo. Lo primero es la intención, el anhelo, la sed. Si la encontramos dentro de nosotros mismos, entonces se irán dando las condiciones para hallar el camino a la fuente. Todo lo que nos obligue a no escapar, ayuda. La sinceridad es esencial. Para mí fueron claves la lectura como espejo, en particular de Santa Teresa, el Camino de Santiago, el encuentro con mi maestro (Mawlana Sheij Nazim), el matrimonio y la maternidad.

-¿El clima de beligerancia (por parte de los diferentes grupos políticos) que vivimos en la política es el espejo de almas atormentadas y egoístas en lo personal?

-Para mí es reflejo de la incapacidad de tolerar al otro. Nuestras identidades son a veces muy ideológicas: o estás conmigo (y eres de los buenos) o estás contra mí. Mucha gente no es capaz de ver en el otro a uno mismo. En la política hay un atrincheramiento brutal. Ha triunfado la insinceridad y los representantes políticos se dedican a echar balones fuera. Creo que este maniqueísmo tiene también una raigambre espiritual. Sin una experiencia de unidad más allá de toda oposición… acaba triunfando la violencia.

LA VERTICALIDAD

-¿Cómo explicar la verticalidad a una sociedad que predica la horizontalidad para que sólo unos pocos vivan de ese engaño obteniendo pingües beneficios?

-La horizontalidad, en esos términos, es solo un engaño o autoengaño, y solo puede sostenerse manipulando a los demás. La realidad tiene una estructura jerárquica. Veamos la familia. Si los padres no tienen autoridad (emanada del amor), los hijos crecen a las anchas de sus egos. Los padres no pueden escaparse de mandar, y por ello han de ser ejemplares. Predicar la horizontalidad acaba por utilizar los más oscuros modos de opresión. Y eso nos vuelve locos a todos. Pero reconocer la verticalidad requiere de responsabilidad, compromiso y ejemplaridad. El destinado a ejercer el poder debe ser el que menos lo desee, o el más preparado para la virtud.

-¿Cómo se combinan una vida tradicional, como la que pareces seguir, con la labor tan moderna de youtuber?

-Hace un año, mi marido, Rafa Millán, y yo (sobre todo él), decidimos abrir un canal de youtube. Era una manera de responder al dicho repetido de que el sufí es el hijo del instante. La tradición se actualiza en cada momento. Hemos de ser capaces de responder a lo que nos pide la realidad, aquí y ahora. Ambos tenemos vocación de escritores y comunicadores desde siempre, pero hoy en día los libros llegan a un público limitado. Así que, ¿por qué no adoptar una forma más adaptada a nuestro mundo? Además, un canal de youtube te permite la libertad de expresión que no existe en otros medios, y es algo casero, como una buena comida o el encuentro con seres queridos.

Pedro Burruezo

MARCELA ONCE
"Actualmente estoy simplificando mucho mi día a día con pequeños hábitos"

Marcela nace en Mendoza, Argentina. Su formación académica comienza a los 4 años en el estudio de la artista mendocina Adelina Tarditi. A los 10 años comienza a estudiar dibujo y pintura en el taller del pintor Eduardo González. Posteriormente estudió bachillerato y magisterio en artes en el colegio provincial de Bellas Artes de Mendoza. Luego, se traslada a Buenos Aires, donde realiza diversas exposiciones colectivas. A los 21 años se instala en Madrid, ciudad que marca una importante evolución autodidacta.

Foto: Eco/Archivo

Marcela Once, trabajando en su estudio

Marcela nos dice: "Actualmente estoy trabajando con materiales recuperados: botellas de cristal molidas, papeles, plásticos, bolsas de plástico, óxidos y pigmentos molidos… y consigo una materia relativamente fina para poder de esta manera mezclarla con otros ingredientes que utilizo a diario como arenas, serrín y pigmentos naturales. Así consigo diferentes texturas. Estas obras están trabajadas con sutileza, mezclando la materia reciclada con arenas, serrín y pigmentos. Así, se consigue que el resultado pase desapercibido sin caer en lo evidente, en una obra conceptual ligera y etérea".

-¿Cuándo empezaste a interesarte por el medio ambiente?
-Me he interesado desde hace algunos pocos años. Nunca tenemos una conciencia completa del daño que le hacemos al medio ambiente y no nos planteamos las consecuencias. ¿A quién no le gusta usar pasta de dientes con microesferas, desmaquillarse con discos de algodón o toallitas húmedas, perfumar la ropa con suavizantes, beber refrescos enlatados o tomar café de cápsulas? A diario hacemos gestos altamente dañinos para nuestro planeta y no somos conscientes. Creo que tenemos mucho trabajo por delante y el primer paso es la información para, a continuación, poder pasar a la acción.

EL RECLICAJE

-¿Cuándo fuiste consciente de las posibilidades del reciclaje y la reutilización?
-La preocupación por la cantidad de residuos que yo misma generaba a la hora de trabajar fue el principal motivo que me llevó a preguntarme si podría aprovecharlos de alguna manera. "¿Y si hago trocitos todo lo que va al contenedor y luego lo mezclo con microcemento y agrego pigmentos?"… Así fue como empecé a descubrir nuevas texturas y diferentes efectos que me animaron a seguir investigando.

-¿Qué es lo que más te preocupa de las crisis ambientales actuales? ¿El cambio climático? ¿El mar de plástico? ¿La exposición a químicos?
-Me preocupa todo, absolutamente todo lo que atente contra la vida.

ACTIVISMO COTIDIANO

-¿De qué manera, además de pintar con residuos, intentas llevar el activismo ambiental a tu vida diaria para ser consecuente? ¿Comes ecológico? ¿Compras a granel?
-Soy vegana de nacimiento. Actualmente estoy simplificando mucho mi día a día con pequeños hábitos como hacer mi propia leche vegetal, comer poco y de buena calidad, comprar solo lo que necesito, evitar productos de un solo uso, apoyar los mercados ecológicos, transformar el agua del grifo en agua sin metales, comprar a granel, rechazar las bolsas y envases de plástico, reciclar ropa o evitar supermercados. Una de las cosas que más me preocupan es usar coche todos los días.

-¿Qué artistas son tus referencias?
-Me gusta mucho la obra de Gerard Richter.

VANDANA SHIVA

-¿Y quién es referencia tuya en el ámbito de la ecosofía?
-Mi referente es la ecologista, feminista y filósofa Vandana Shiva.

-¿Quién está interesado en comprar obra de estas características? ¿Quiénes son tus coleccionistas?
-Espero que mi obra la compre cualquier persona que le impacte y valore el suprareciclaje.

-Dices de tu obra que es conceptual y ligera y etérea. ¿Nos puedes dar algún dato más?
-Mi última obra es conceptual porque la idea nace del concepto del rescate; ligera, porque en mis cuadros apenas se nota que llevan materia reciclada y pesan muy poco; y etérea, porque está poco definida. Mi única pretensión es que el espectador al contemplar mi obra sienta la necesidad de dejar un mundo mejor tras nuestro paso por la vida.

CRISIS AMBIENTAL

-¿Cómo imaginas tu obra en el futuro si la crisis ambiental va a más (y todo parece indicar que así será)?
-Me gustaría continuar con mi humilde lucha para que mi arte sirva para hacer reflexionar y ver que una botella, un plástico, un trozo de cartón o una lata rescatada de la basura pueden convertir-

se en una bonita obra de arte. La belleza no está relacionada con lo joven o lo nuevo, y no siempre es basura lo que descartamos.

-¿Hemos llegado al punto de no retorno en el cambio climático?

-No sé. Me voy a centrar solo en la basura que producimos. Ya sabemos que el problema está en quien genera los residuos y también en los consumidores. En este caso, se debe seguir insistiendo con respecto al reciclaje para conseguir el cambio urgente que necesitamos. Si cada individuo, independientemente de la edad, toma conciencia y atribuye aunque sea en pequeños gestos se podría conseguir disminuir los daños. Si bien es cierto que no nos lo ponen fácil, ya que todo lo que consumimos viene envasado. En la sociedad en la que vivimos, donde es más importante el marketing que el producto, es toda una osadía no sucumbir a los encantos del envasado.

Fotos: EcoArchivo

Diversas obras de Marcela Once

-¿Tu obra es muy orgánica como respuesta frente a la era digital que tanto daño está haciendo a la Naturaleza?

-Mi obra es orgánica para dar un claro mensaje: "Todos en cualquier profesión, trabajo o actividad podemos, con seguridad, hacer nuestra pequeña aportación en cuanto a conciencia medioambiental".

P. Bolaño

ALGUNAS EXPOSICIONES
TOMA NOTA

2015 - Exposición Naciones Unidas .Ginebra.
2016 - Exposición en CUBArte galería Cruzbajo. Madrid.
2017 - Exposición aire libre en plaza Antonio Banderas. Puerto Banús. Marbella.
2018 - Exposición individual en Cement Design.Madrid.
2019 - Feria de arte contemporáneo Affordable artFair Milán

https://marcelaonce.carbonmade.com

MONTSE CATALÁN
"Crecí entre tabús y silencios infinitos"

Montse Catalán Morera, fundadora de "Migjorn, casa de naixements s.c.c.l.", ginecóloga por la Universidad de La Habana, en estos momentos ya jubilada-jubilosa, ha dedicado su vida a dejarse llevar por aquello que realmente le motivaba, lo esencial, sea personal o socialmente. Es abuela de tres nietos y una nieta. Acompañó a sus hijos en el inicio de su viaje por la vida. Trató de enseñarles al tiempo que aprendía el arte y el oficio de vivir de forma coherente, honrada, en un continuo ensayo-error, según cuenta. Así estuvo muy cerca de los nacimientos, de las criaturas, de las mujeres, más tarde de la adolescencia. Ahora sigue empeñada en vivir la vejez con alegría y la muerte con dignidad cuando llegue su momento. Ahora, publica "Descubriendo el cuerpo, sembrando palabras". P. Bolaño charló con ella. Las ilustraciones del libro son de Aina Sallés.

Pol·len Editorial es una joven cooperativa decidida a polinizar el pensamiento y el conocimiento. Desarrolla una importante y creativa actividad a la hora de elegir sus libros, priman los temas sociales, políticos, el feminismo... Ha apostado por la Colección de Cuentos Migjorn porque ha entendido que cuidar la vida desde la infancia es importante para generar la autoestima desde el inicio que está en la base de quien no acepta imposiciones. Los valores que promueve la colección están bien integrados en esta línea editorial. "Descubriendo el cuerpo, sembrando palabras", editado en catalán y en castellano, es un cuento sencillo, didáctico, pedagógico, revelador y reconciliador. Escrito para quienes quieren explicarse, pero les faltan palabras. Y para las criaturas que "todo" lo quieren saber. También para las y los adolescentes que buscan personas a quienes preguntar con confianza y obtener respuestas claras y sinceras. Un cuento que nos muestra aquellas partes del cuerpo a las que muchas veces nos referimos con eufemismos, en lugar de nombrar con alegría, respeto y confianza: la vulva, el clítoris, el hímen, el pene o el glande... Un cuento que, dado el silencio y los tabús de donde venimos, debería tener un lugar en cada casa y en cada familia…

Foto: Júlia Torres Ubach. Revista Proper

Montse Catalán, fundadora de "Migjorn, Casa de Naixements s.c.c.l.

-¿Nos puedes explicar este nuevo cuento?

-Este es un cuento muy sencillo. Bruna este otoño empezará a ir a la escuela. En verano ha tenido un hermanito. Y como es natural quiere ayudar a mamá a cambiarle los pañales. Entonces observa que su hermano, Unai, tiene "una vulva diferente a la suya". Es el momento que la mamá aprovecha para explicar con todos los detalles qué tiene su vulva y qué los genitales de Unai. La conversación se da amorosamente, con total normalidad. Bruna este día aprendió algo más, como todos los días en que las criaturas descubren cosas nuevas. A la mañana siguiente Bruna ya quiere ir a la escuela donde continuará aprendiendo...

-¿Por qué lo has escrito?

-Porque crecí entre tabús y silencios infinitos que le robaron muchísimo tiempo y energía a mi infancia y adolescencia. Mi curiosidad no encontraba respuesta ni lugar en que buscar ni personas a quien preguntar. Todo eran evasivas. Sentí la necesidad de conocer mi cuerpo, sus funciones, sus capacidades, reconocer mis sensaciones como normales. Actualmente hay información y personas más accesibles. En la actualidad muchas personas, especialmente madres, quieren explicar temas relacionados con la llegada de la menstruación, con la anticoncepción... a las niñas; y a los niños quieren tratar de advertir de las primeras eyaculaciones... pero se encuentran con reacciones de rechazo de sus explicaciones: ya lo sé, esto ya me lo explican en la escuela... A estas madres y a estos padres también les cuesta que sus hijas e hijos acepten con tranquilidad estas conversaciones. En mi opinión cuando en la adolescencia queremos iniciar este diálogo ya es un poco tarde. Este diálogo, el reconocimiento del cuerpo, el cuidado de todas sus sensaciones… debería estar normalizado desde el nacimiento y a lo largo de toda la infancia, para que con toda naturalidad continuara durante la adolescencia y más allá.

EL PÚBLICO

-¿A quién va dirigido?

-Como dice el mismo cuento va dirigido a todas las personas de 0 a 100 y más años. ¿Por qué? Pues porque su misión es poner en manos de cualquier persona adulta, madre, padre, abuela, maestra... un cuento que con unas ilustraciones preciosas permite reconocer y nombrar todos

los genitales como en un juego de lo más sencillo, simple, explicativo y respetuoso posible. Porque para este diálogo posterior es necesario haber reconocido y nombrado lo más elemental de nuestra anatomía, de nuestra preciosa y querida genitalidad. La autoestima crece sobre el aprecio del propio cuerpo, de las propias capacidades y habilidades diferentes y diversas, pero la autoestima, el cuidado, el respeto y el aprecio de nuestra genitalidad, de nuestra sexualidad, personal y compartida, necesitan del conocimiento, del reconocimiento, y del cuidado amoroso de nuestros genitales externos e internos. De todo ello, en función de cada edad podemos hablar. Y este cuento facilita lo más sencillo: reconocer y nombrar para las niñas y para los niños.

-¿Por qué crees que es necesario?

-Trabajar en la consulta de Ginecología de un ambulatorio da para mucho. Permite tener contacto con muchas mujeres cada día. Tratar de entender de qué males nos están hablando… requiere escucharlas y reconocer que es importante todo lo que explican. Porque hablan de su cuerpo y de su vida. ¿Qué hay detrás de cada síntoma? Si no atendemos la causa, el síntoma reaparecerá en la misma o en otra forma. La ginecología yo diría que es la especialidad médica en que la perspectiva psicosomática es más necesaria. Porque si la medicina toda está atravesada por un gran sesgo de género, en la ginecología se hace más evidente. Participar en talleres de salud sexual en escuelas e institutos me ha permitido tomar contacto con la infancia y la adolescencia y constatar que en cuanto se les ofrece la posibilidad de generar preguntas, opinar, exponer conflictos... lo hacen con gran facilidad y agradecen la proximidad, el respeto y la confianza, la sencillez, la claridad, la honestidad de las respuestas. En estas actividades he podido constatar que, si bien hoy respiramos un ambiente de mayor libertad de información, de abundancia de recursos... todavía nos falta algo esencial que es el reconocimiento de nuestros cuerpos, el diálogo con nuestros seres más queridos, nos falta compartir con empatía, con sinceridad, con alegría las que han sido nuestras propias vivencias.

Fotos: Júlia Torres Ubach. Revista Proper

La edición del libro de Montse Català se ha llevado a cabo en castellano y catalán

HIJOS Y NIETOS

-¿En qué medida refleja cómo educas tú a los tuyos en tu casa?

-Tengo nietos en plena adolescencia. Traté de darles y les di las explicaciones que yo no tuve. Sin embargo, no supe crear el diálogo fácil, fluido, alegre... Escribí para ellos un cómic sobre las primeras relaciones sexuales que ilustró un amigo. Se llama "Dónde quieras, cómo quieras, cuándo quieras, TU TIENES LA PALABRA". Digo se llama porque ha estado editado y ahora se encuentra en internet entre los "textos migjorn" de acceso gratuito. Ahora es a mis hijos a quienes corresponde este diálogo con los suyos. Pero es evidente que los temas surgen con mucha más naturalidad que en mi adolescencia.

-¿Somos más progresistas que antaño? Aumenta la prostitución y su demanda, aumenta la violencia sexual, se consume porno hasta en la sopa… ¿Algo falla?

-Hay mucha más información. Sabemos muchas cosas más. Pero en mi opinión caminamos hacia adelante. Recuerdo cuando yo era jovencita: sabía que si una chica se quedaba embarazada la echaban de su casa. ¿Quién nutría la nómina de prostitutas sino mujeres del mismo municipio de Barcelona? Ahora la prostitución se nutre de las necesidades de las mujeres de otros lugares. Igualmente deplorable, pero antes también. Yo no entiendo la prostitución, al cliente. ¿Cómo puede gozar un cuerpo sobre otro que sufre? ¿Qué les pasa a los hombres, mayoritariamente hombres, que necesitan del sufrimiento ajeno, de la dominación (aunque sea económica) de otra persona para gozar? Y el uso de la prostitución no entiende de clases sociales: las prostitutas, las niñas y niños sí corresponden a las y los pobres de la tierra, salvo claras excepciones. Respecto a la pornografía… Una industria alimentando la incapacidad de gozar de relaciones sanas y satisfactorias. Una industria más, un negocio más sin escrúpulos edificado sobre carencias humanas que crea el mismo Sistema. Cuerpos agotados por los ritmos, por los conflictos diarios, la competitividad, la eficacia, la productividad... dejan cuerpos exhaustos que requieren ser hiperestimulados de cualquier manera para reaccionar. De todo ello puede derivarse un amplísimo debate.

P. Burruezo

A MÁS COMPRENSIÓN, MENOR ABUSO
LA ENMIENDA

-Si algo falla, ¿por qué falla? ¿Cómo enmendarlo?

-Me pides demasiado análisis para mí sola. Sólo te voy a comentar que, a pesar de todo ello, veo el futuro con muchísimo optimismo. Pude hablar con un conductor de autobús que era obligado a llevar el autocar lleno de niñas para las fiestas de un dictador reciente de América Latina. Hace poco escuchamos cómo determinadas ONG's también participaban de algunas de estas prácticas delictivas. Poderlo denunciar indica que caminamos hacia delante, para mi gusto demasiado despacio pero hacia delante. Cuanto más desarrollemos el conocimiento, el reconocimiento, valoremos, apreciemos nuestro cuerpo, nuestra genitalidad, nuestra persona, cuanto más alta sea nuestra autoestima, más lejos estaremos de permitir el desprecio y el abuso. Mi contribución, la contribución de Migjorn, casa de Naixements, es cuidando la vida desde su inicio. La contribución de la asociación "9 Món, acompañando Migjorn" está dirigida a extender el reconocimiento, el aprecio, el valor de cada persona, de sus capacidades, de su sexualidad, como he dicho antes a generar autoestima personal y colectiva. Contribuyendo en la medida de lo posible a llenar el imaginario colectivo de nuevos valores, de nuevas actitudes, de nuevas prácticas... Todo ello se concreta en una "maleta pedagógica: celebremos la sexualidad", para llevarla en talleres a escuelas e institutos, a centros de formación de profesorado, a las familias... También en esta Colección de Cuentos Migjorn, la muñeca Migjorn que pare, amamanta, ama y abraza, el tobogán "Nacer"…

ASHES TO LIFE
Cenizas regeneradoras

Apasionado por la innovación, la investigación, las relaciones humanas y la Naturaleza, Alejandro de Antonio Fernández (Madrid, 1976) ha desarrollado su carrera profesional en el sector de la comunicación trabajando en distintas agencias de publicidad. Comprometido con proyectos sociales y medioambientales, este creativo publicitario es Co-Fundador de Ashes to Life, una marca ecológica que nace para cuidar la piel de las personas y la de la Tierra.

Ashes to Life surge como necesidad de encontrar soluciones que ayuden a paliar las consecuencias de los incendios forestales. Fundada en 2018, la compañía actualmente elabora productos de alta cosmética ecológica a partir de ceniza certificada, y promueve el respeto medioambiental conectando a los consumidores conscientes con la Naturaleza. Apostando por la innovación como método para generar un impacto positivo tanto en los entornos sociales como en los medioambientales, Ashes to Life ha asumido su corresponsabilidad en la necesaria transformación empresarial que requiere la sociedad de nuestros días con el objetivo de lograr entornos sociales y ambientales más sanos y fuertes.

-¿Cómo nace Ashes to Life?

-Pese a que pueda sonar contradictorio, Ashes to Life nace de la propia muerte. Ante la tristeza vivida tras contemplar los drásticos efectos producidos por el fuego sobre un bosque, nos planteamos el reto de encontrar una alternativa que contribuyese a reducir las drásticas consecuencias de los incendios forestales. Tras un largo periodo de documentación y estudio junto a distintos profesionales destacados en sus diferentes campos de conocimiento tales como biólogos, ingenieros técnicos forestales, investigadores, traductores, historiadores y emprendedores en reconocidos proyectos de economía circular, un grupo de amantes de la Naturaleza comprendimos que se podía dar respuesta a ese problema transformando la ceniza en distintos productos que ayudasen a generar economía para restaurar esos bosques. O lo que es lo mismo, que de las propias cenizas se podía crear vida.

LAS CARACTERÍSTICAS

-¿Qué características tienen vuestros cosméticos?

-El proceso de investigación llevado a cabo en esa fase inicial reveló que, a lo largo de la historia, la ceniza había sido utilizada por distintas civilizaciones debido a sus propiedades benéficas para la piel. Recuperando aquel proceso histórico de fabricación del jabón e incorporando el rigor científico actual, desde Ashes to Life hemos desarrollado unos jabones ecológicos que presentan

Foto: EcoArchivo

Alejandro de Antonio Fernández está al frente de Ashes to Life

diferencias que los hacen genuinamente únicos:

- La especificidad de nuestro método de elaboración tradicional (saponificación en frío) permite que los aceites vegetales utilizados conserven todas sus propiedades y vitaminas, su poder antioxidante, así como la glicerina generada durante el proceso de elaboración.
- Empleamos materias primas de máxima calidad con certificación ecológica, asegurando así tanto su trazabilidad como el respeto medioambiental.
- Usamos aceites esenciales puros, evitando de esta forma el empleo de perfumes sintéticos debido a su toxicidad.
- La ceniza certificada para su uso en cosmética que contienen nuestros productos aporta a la piel sus principios activos minerales y mejora la capacidad exfoliante de los mismos.

Todo lo anterior garantiza que nuestros productos de alta cosmética ecológica proporcionen un máximo beneficio para la piel de las personas. Pero también son solidarios con la piel del planeta: los bosques. Ashes to Life, como empresa, destina un 10% de la facturación al desarrollo de un proyecto de investigación medioambiental (Ashes to Life Project) que tiene como objetivo la restauración ecológica de bosques que han sufrido incendios, velando de esta forma también por el cuidado medioambiental.

LOS BENEFICIOS

-¿Qué beneficios aporta en la piel humana la utilización de cosméticos ecológicos frente a los cosméticos convencionales?

-Para dar respuesta a esta cuestión es necesario centrarse en tres aspectos que afectan directamente a la piel: eficacia, asimilación y toxicidad.

- Eficacia: en cosmética sintética o convencional la relación "1 Ingrediente / 1 Principio Activo" contrasta radicalmente con lo que ocurre en la cosmética ecológica en la cual esa relación resulta ser exponencial, ya que un solo ingrediente como el aceite esencial de rosa damascena tiene una relación de 1 Ingrediente / más de 400 principios activos.
- Asimilación: los ingredientes utilizados en cosmética ecológica cuentan con ácidos grasos que son compuestos muy similares al Ph del cuerpo humano, lo que hace que se absorban mejor y se consigan mejores resultados en la piel.
- Toxicidad: la cosmética convencional utiliza ingredientes derivados del petróleo que son tóxicos para la piel. Por el contrario, el uso de cosmética ecológica aporta la garantía de saber que los productos están exentos de esa toxicidad.

A la piel, el órgano más grande de nuestro cuerpo, hay que protegerla. Y no deberíamos escatimar en su cuidado. Utilizar productos cosméticos ecológicos es invertir en nuestra propia salud.

COSMÉTICA CONVENCIONAL

-¿Qué problemáticas a nivel dermatológico y/o endocrino puede ocasionar un cosmético convencional?

-La cosmética convencional utiliza en sus formulaciones mezclas de componentes naturales y químicos, aunque sea en dosis reducidas, que cumplen diferentes funciones. Esta industria antepone el "que hace" al "cómo lo hace"; lo que acarrea graves consecuencias para los consumidores. Por sí solas, esas pequeñas cantidades de componentes químicos que contienen los productos cosméticos convencionales supuestamente "no son perjudiciales"; el problema viene cuando esos cosmétcios se aplican de forma asidua, pues supone una

Fotos: EcoArchivo

Productos de Ashes to Life

asimilación incesante de tóxicos a través de la piel. Está demostrado que muchos de estos componentes provocan alergias, eczemas, problemas de pigmentación e incluso cáncer. Resulta vital que los consumidores tomen conciencia y entiendan que la química contenida en un solo de esos productos cosméticos que usa a diario pueda llegar a causarle numerosas patologías.

-¿Cómo surge la idea de crear cosméticos ecológicos con ceniza?

-Durante esa primera fase de investigación antes mencionada en la que colaboramos con distintos profesionales, nos dimos cuenta de la existencia de distintos documentos pertenecientes a culturas antiguas como la babilónica, egipcia, griega y romana, que hacían referencia al uso de la ceniza de origen vegetal para la creación de una "pasta jabonosa" que utilizaban tanto para limpiar su cuerpo como para cuidar su piel. Es ahí, investigando en la Historia y profundizando en el origen del jabón, cuando nos dimos cuenta de que la propia ceniza podía ser la solución. Recuperando y respetando ese proceso histórico de fabricación del jabón en el que la ceniza siempre había estado presente en aquellas civilizaciones tan avanzadas e incorporando el rigor científico actual, decidimos aventurarnos y crear nuestra línea de productos cosméticos ecológicos de ceniza.

LA CENIZA

-¿De dónde procede esta ceniza? ¿Es una ceniza especial?

-Al igual que la que utilizaban las culturas antiguas antes mencionadas, la ceniza certificada que utilizamos actualmente en la elaboración de nuestros productos es de origen vegetal. Concretamente proviene de la cáscara de coco. Es una ceniza especialmente certificada para uso en cosmética. Pero nuestra intención es ir más allá. Queremos investigar e incorporar otro tipo de cenizas de origen vegetal para lanzar al mercado nuevos productos, ya que el vegetal de procedencia de la ceniza determina sus propiedades y, consiguientemente, los beneficios que ofrece a la piel.

-¿Qué beneficios aporta a la piel del consumidor?

-La ceniza que utilizamos en Ashes to Life es un producto 100% natural, altamente poroso y con un elevado contenido en carbono (del orden del 98 %). Este resultado es capaz de absorber toxinas, impurezas u otras sustancias que pueden resultar dañinas y perjudiciales para la piel, ayudando a que quede mucho más sana e hidratada. Ello es benéfico para acabar con los productos químicos que se encuentran en los poros ya que favorece la exfoliación de las células muertas que hay en la piel, potencia el crecimiento de las células y mejora la flexibilidad y la suavidad de la misma, dejándola mucho más delicada. Además, al tratarse de un producto microporoso con gran superficie específica, posee altas propiedades de absorción. Su composición y alto poder desintoxicante convierte a la ceniza en un excelente desodorizador, purificador, que ayuda a controlar de forma muy efectiva la humedad de la piel y aporta a la misma las propiedades minerales del vegetal de origen.

Sara B. Peña

BIOCULTURA SOLUCIONES VERDES

-¿Qué es para vosotros BioCultura?

-Ante el escenario de cambio climático actual y las consecuencias que tienen las distintas actividades industriales, BioCultura se presenta como un excelente escenario para presentar "soluciones verdes y con conciencia" para afrontar este reto medioambiental. Contar en nuestro país con ferias de este tipo que despiertan la conciencia ambiental en la sociedad resulta vital si queremos encontrar "soluciones con valor", que velen por los intereses de nuestro planeta.

MÁS INFO

https://www.ashestolife.es

THE ECOLOGIST
Cumple 20 años

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

Foto: Amanda Ortega

Pedro Burruezo, un ecoactivista incansable

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

-¿Cómo empezó todo?

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

HEROICIDAD EDITORIAL

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

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

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

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

LOS DOGMAS

-¿A qué se refiere usted?

-A los dogmas sobre los que se cimienta la sociedad de masas, esa nueva religión "catódica". Todo el mundo da por válidos esos dogmas: el cientifismo, el mecanicismo, el cartesianismo, el individualismo, el pragmatismo… Esos dogmas han construido una sociedad en la que todo es posible, todo… menos la vida en armonía con la Naturaleza y con nuestras propias características humanas. The Ecologist pone en cuestión esos dogmas, esa nueva religión tecnocientífica, materialista, usurera, especulativa, tecnocrática, sin alma, sin corazón. Y lo hacemos con un lenguaje que todo el mundo puede entender y que también usa, en cierta medida, el mismo lenguaje científico para destronar las mentiras que el propio Sistema ha creado. Mientras, la biodiversidad mengua, la

EL FUTURO
HASTA EL NÚMERO 100

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

-Continuaremos exactamente como hasta ahora al menos hasta el número 100 (ahora estamos trabajando ya en el 79 y 80). A partir de entonces, dejaremos el asunto en manos de la Providencia, que siempre sabe más que nosotros. Hasta el número 100, monográficos trimestrales como hasta la fecha: con la pluma bien afilada.

crisis climática se dispara, aumentan las guerras y las hambrunas, se multiplican las tasas de enfermedades raras y el cáncer es el pan nuestro de cada día, desaparecen las familias, una minoría se forra, comemos basura, aumentan los suicidios... Un mundo en el que las empresas y los estados lo controlan todo.

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

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

LOS/LAS SABIOS/AS

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

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

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

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

MONOGRÁFICOS Y ENTREVISTAS

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

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

-Y ya que estamos, ¿cuál diría que ha sido la entrevista que usted ha realizado y con la que más ha disfrutado?

-Disfruto siempre cuando al otro lado encuentro un alma sensible y sabia y dispuesta a seguir asombrándose de la maravilla que es la Naturaleza y el cosmos… He tenido la suerte, en el periodismo y en la música, de conocer a personas de una gran pulcritud espiritual, artística, activista… Ellos/ellas me dan mucha fuerza para seguir en el combate.

Javier Bolufer

Foto: Amanda Ortega

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

20 AÑOS DESPUÉS
UNA LÍNEA DURA Y COMBATIVA

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

WASSY HIMALAYA
"La sal del Himalaya es una sal que se ha formado durante millones de años"

Wassy Himalaya es una empresa que busca la respuesta que todos esperan, según dicen, "en lo que respecta a la inquietud por parte de los consumidores, y de la distribución, de una alternativa saludable y también razonable en cuestión de precios en el mundo ecológico. Intentamos que todo el mundo pueda tener acceso a productos 'bio' de la máxima calidad, sin que el precio suponga un freno". Estuvieron en BioCultura Sevilla. Sara B. Peña charló con Francisco Roura, uno de sus responsables.

Foto: EcoArchivo

Francisco Roura, de Wassy Himalaya

Wassy Himalaya es un proyecto no personalista. Sus responsables señalan: "Cada uno tenemos nuestras funciones y hay una total compenetración de todo el equipo. Son muchas las horas que dedicamos a este proyecto, y afortunadamente el consumidor y la distribución están reconociendo nuestro esfuerzo por hacer la calidad accesible a todo el mundo".

-¿Cómo funciona vuestra empresa?
-Wassy Himalaya está completamente plegada a las necesidades del cliente. Estamos constantemente pendientes de las tendencias de los consumidores y en un continuo proceso de búsqueda de novedades y alternativas saludables que permitan mejorar la calidad de vida del consumidor buscando siempre una alternativa accesible a todos los presupuestos.

SAL DEL HIMALAYA

-¿Qué características tiene la sal del Himalaya, uno de vuestros buques insignias, que la diferencia del resto?
-La sal rosada de la zona del Himalaya es una sal que se ha formado durante millones de años, con origen en antiguos océanos que han quedado aprisionados en las montañas convirtiéndose en mineral, por ello tiene una cualidad extraordinariamente importante ahora mismo: está libre de microplásticos marinos, además de contar con una notable presencia de minerales beneficiosos para nuestro organismo.

-¿Cómo producís y distribuís vuestros productos?
-Directamente buscamos las materias primas en los lugares de origen, eligiendo las más altas calidades. Por ello todos nuestros productos tienen su necesaria trazabilidad además de los certificados necesarios emitidos por organismos independientes, con lo cual podemos garantizar su calidad, y los distribuimos a través de todos los canales posibles para poder llegar al consumidor final.

AMPLIA GAMA

-¿Qué diferentes productos tenéis en Wassy Himalaya?
-Dentro de nuestra compañía tenemos varias familias: EcoWassy; en esta familia son los protagonistas los productos "bio" orientados a la alimentación: panela, cacao, azúcar de coco y varios artículos más. Wally Gourmet; aquí se encuadra la sal rosa, la sal negra, kala namak, y distintas sales del mundo. También una familia de productos elaborados con sal rosa y especias orgánicas. Deobody es la familia de productos orientados a la cosmética ecológica.

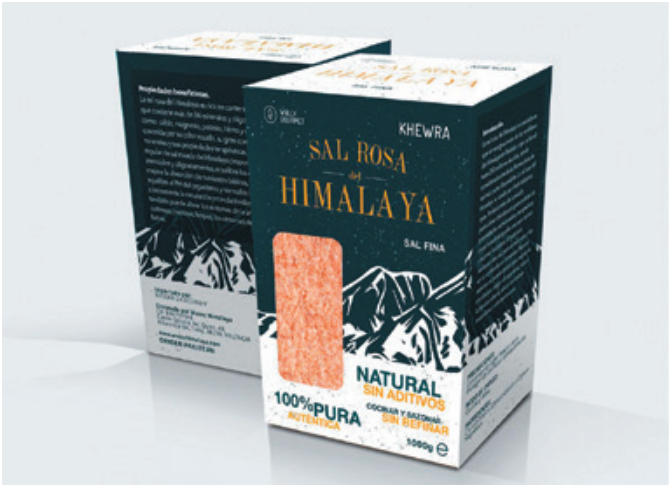
-¿Cuál producto recibe más demanda?
-Estamos con una gran demanda de panela. Es cierto que nuestra panela es diferente a la que normalmente conoce el público en general, debido a que está pulverizada y tiene un poder edulcorante que permite utilizar mucha menos cantidad de producto. Realmente los crecimientos de este producto son espectaculares.

PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

-¿Todos vuestros productos son ecológicos?
-Toda la gama de nuestros productos tiene certificación ecológica, incluida una sal marina que comercializamos. La sal del Himalaya no tiene esa certificación en origen, pero en las diferentes mezclas con especias sí.

-¿Qué productos podemos encontrar en vuestra sección gourmet?
-Podemos encontrar un jugo de caña de azúcar que es lo que tradicionalmente se conoce como miel de caña, que es algo completa-

Foto: EcoArchivo



La sal rosa del Himalaya, es un producto de alta calidad

mente novedoso en el mercado. O el cacao 100% puro y la sal del Himalaya con pimentón ecológico, con curry "bio", y con hierbas provenzales orgánicas.

BIOCULTURA

-¿Pensáis que BioCultura es un evento que favorece a vuestra promoción?

-Sí, claro, por supuesto. BioCultura nos permite, por un lado, conocer las necesidades y las inquietudes que tiene el consumidor; y nos ayuda también a ver cuál es la respuesta de los consumidores a nuestros productos. Normalmente de cada edición salimos con nuevas ideas.

Sara B. Peña

EL SECTOR MUY DINÁMICO

-¿Cómo veis el sector ecológico en España?

-Muy dinámico, con un fuerte crecimiento y con un consumidor que sabe lo que quiere, y conoce el producto. Estamos asistiendo a la entrada de nuevos operadores logísticos y de alternativas a la distribución que harán que sea un mercado muy dinámico en los próximos años.

MÁS INFO. TOMA NOTA

Wassy Himalaya SL
C/ Sequia Del Quint,48. Ribarroja del Turia-46190 Valencia
T. +34 96 212 7444 / +34637374480
deobody@deobody.com **/ www.deobody.com**

HAZTE SOCI@ de SEAE

Acompáñanos en el camino hacia una transición agroecológica del modelo agroalimentario actual.

Ser parte de SEAE significa apoyar a una organización abierta, próxima y transparente que trabaja con y para el sector de la producción ecológica y el movimiento agroecológico y, por tanto, que contribuye al cambio hacia un mundo mejor, más justo, equitativo y sostenible.

Ae, la "Revista Agroecológica de Divulgación" es gratis para soci@s de SEAE.

Consulta nuestra página web:
www.agroecologia.net

Sociedad Española de Agricultura Ecológica/ Agroecología (SEAE)
Camí del Port, s/n. Km 1 - Edif ECA. Portón 1. Apdo 397
E-46470 Catarroja (Valencia) • +34 961 267 122
E-mail: comunicacion@agroecologia.net
Facebook: SEAE.Agroecologia • Twitter: @SEAE_Agroecolog

Las tiendas de alimentación ecológica son una **opción para un consumidor preocupado por lo que compra, por lo que come, por a quién soporta con el pago de lo que compra...** Con este curso queremos recuperar la compra local, sostenible y racional, además sana, ecológica y equilibrada, de manos de personas **que saben lo que venden.**

Objetivos:

Con este curso se pretende proporcionar algunos de los **contenidos, herramientas, procedimientos y valores** necesarios para poner en marcha una tienda "bio" y gestionarla adecuadamente. La meta final será que los nuevos modelos agroecológicos de venta estén bien sustentados y sean perdurables en el tiempo.

Programa:

- Visión de la agricultura ecológica.
- Puesta en marcha, gestión y marketing de una tienda
- Los clientes y su fidelización
- El conocimiento de los productos y sus beneficios
- Normativas de certificación y temas burocráticos.

Competencias

El alumno será capaz de poner en marcha un establecimiento "bio" con los medios disponibles. Estará preparado para **desarrollar proyectos que sean algo más que tiendas**, trabajando espacios multiárea en los que la compra sea un acto de decisión y de cambio y se puedan conjugar con otras actividades de sensibilización.

Matrícula abierta
Empieza cuando quieras...
Precio: 100 €

www.cultivabio.org

cultivabio

ASOCIACIÓN VIDASANA

JAVIER FERNÁNDEZ/COPADE "La idea es llegar al máximo de consumidores repartidos en los diferentes canales"

Avellanas recubiertas de exquisito chocolate, snacks de yuca, barritas de cereales y zumos naturales son algunos de los productos que van a ser comercializados próximamente por Fundación COPADE. Javier Fernández es director general de COPADE y presidente de FSC España. Con él charló Pablo Bolaño.

Javier Fernandez es director general de la Fundación COPADE y actualmente preside FSC España. Con estudios en Ciencias Económicas y Empresariales ha desarrollado su actividad profesional en sus primeros años vinculado al mundo de la empresa en el campo de la distribución. Es fundador y director desde hace 21 años de la Fundación Comercio Para el Desarrollo, COPADE. Se ha especializado en los campos de Comercio Justo, certificación forestal FSC, alianzas público-privadas, cálculo de huella social en las empresas y consultorías sociales y económico-productivas. Lidera las relaciones con los grandes actores y colaboradores comerciales que lideran la venta de productos ambiental y socialmente responsables, resaltando las acciones con Leroy Merlin a través de producto en madera certificados FSC y Madera Justa y con otros grandes retailers en el sector de la alimentación. Para nuestros lectores resultará interesante la apuesta de COPADE por el sector ecológico.

-¿Qué es COPADE?

-Es una fundación sin fines de lucro que trabaja en alianzas público-privadas en dos sectores: el forestal (promoviendo el desarrollo forestal responsable mediante el sello FSC y el sello de Comercio Justo Madera Justa) y el de alimentación mediante el consumo responsable en productos que estén certificados "bio" y de Comercio Justo según los estándares de WFTO, Organización Mundial del Comercio Justo. Trabajamos de forma prioritaria con personas con algún impedimento físico, mental o sensorial y con el colectivo de mujeres de países de Latinoamérica y España. principalmente.

SECTOR ECOLÓGICO

-¿A qué responde que se estén introduciendo en el sector ecológico?

-Los productos ecológicos tienen unos requerimientos de producción que no dañan el medio ambiente ni a las personas que lo cultivan, además de incorporar muchos beneficios en temas de salud al consumidor final. Recientemente la organización mundial del Comercio Justo, WFTO, aprobó el estándar para considerar un productor local, es decir fabricado en España como de Comercio Justo. En este estándar de productores españoles como punto de partida se le pide al productor que esté certificado "bio" como una parte importante de su filosofía de cuidado de las personas y el planeta.

-¿Cómo va a ser la distribución de esos productos?

-El proyecto cuenta con dos socios principales: Easy vending, empresa de máquinas vending y el Corte Inglés que han dado cobertura a todos los estudios realizados y el proyecto se va a comercializar en ambas empresas. Además la idea es incorporar a aquellas tiendas lideradas por autónomos o medianas empresas comerciales que se quieren unir a esta revolución. El canal Horeca también estará presente en nuestra acción comercial. La idea es llegar al máximo de consumidores repartidos en los diferentes canales en España. Posteriormente daremos el salto internacional.

LOS CAMBIOS

-¿Cómo ven el sector ecológico en este momento en España?

-El sector ecológico está cambiando mucho con la incorporación de la gran superficie, que ha visto un claro canal de ventas y crecimiento. La idea con este proyecto es ir más allá de estos canales y ofrecer herramientas diferenciadoras en cada uno de los productos. La incorporación de la metodología de huella social y medición de cómo cada productor contribuye a los ODS, Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, es una gran novedad en el sector "bio" y de Comercio Justo, porque permitirá conectar al consumidor con el productor. Por fin sabremos de dónde vienen nuestros productos y cómo con-

Foto: EcoArchivo

Javier Fernandez es director general de la Fundación COPADE y actualmente preside FSC España

PARA TODOS LOS BOLSILLOS EN DIFERENTES FORMATOS

Con este proyecto COPADE está lanzando ya una nueva línea de productos ricos y saludables, ecológicos. Nos dicen desde la entidad que "nuestra alimentación puede ser, además de sana, asequible a todos los bolsillos. En pocos meses podremos degustar, a lo largo de todo el territorio español, una exquisita línea de productos, tanto en máquinas *vending* como en venta *retail*: avellanas recubiertas de exquisito chocolate, snacks de yuca, frutas deshidratadas, barritas de cereales, zumos naturales, etc. Una amplia variedad de productos que deleitarán a los paladares más exigentes".

tribuyen en la mejora de la vida de sus productores y del planeta.

-¿Crecerá su interés por el sector "bio" en el futuro a corto plazo?

-El sector está en constante crecimiento y por lo tanto nosotros, como apuesta institucional, vamos a apostar por lo ecológico de forma decidida. No dejaremos de lado los productores internacionales que, sin ser aun orgánicos, están trabajando duramente para mejorar los impactos ambientales y sociales en sus trabajadores y en sus líneas de negocio.

EL PÚBLICO

-¿A qué tipo de público van a ir dirigidos estos productos?

-Al joven y al de mediana edad. El proyecto fue estudiado para tener en cuenta todos estos grupos de consumidores que desde su trabajo pueden acceder a una máquina vending pero que también compran en tiendas de barrio o en gran superficie y quieren un producto gourmet,"bio", saludable y de Comercio Justo.

-Hablemos de precios de cara al consumidor…

-COPADE trabaja todos los precios de sus productos con los costes en abierto tanto para sus productores como para los compradores finales. Así, el margen de cada miembro de la cadena es conocido por todos los integrantes de la cadena del producto. El precio final al público es conocido por toda la red que interviene en su comercialización. Esta transparencia de COPADE también es conocida por toda nuestra red comercial ya que incluimos en nuestras tarifas de precios una columna donde explicitamos nuestro margen bruto de comercialización. La transparencia por tanto es total. Fruto de esta transparencia hemos obtenido unos precios de venta al público muy competitivos de cara al consumidor final, ya que todos somos conscientes de que es la única manera de acceder a productos que se buscan en la alta rotación. Patatas fritas "bio" y de Comercio Justo a 0,95 la bolsa, barritas de chocolate Premium a 1 euro venta público, etc. Son una muestra clara por democratizar el producto ecológico y de Comercio Justo para todos los consumidores en España.

Foto: EcoArchivo

COPADE apuesta por el sector ecológico en diferentes formatos y también por el formato vending

P. Bolaño

NUEVOS LIBROS

El jardín medicinal autosuficiente

172 pgs • 22 x 24 cm
Rústica con solapas
PVP: 19'75 €

¿Quieres ponerte en camino a la recuperación del saber tradicional con las buenas plantas?

Vivir sin petróleo

El gran libro de los recursos vegetales

184 pgs • 21 x 30 cm
Rústica con solapas
PVP: 24 €

Cuando las plantas nos ayudan a pasar del petróleo

La Fertilidad de la Tierra Ediciones

www.lafertilidaddelatierra.com • info@lafertilidaddelatierra.com • Tel. 948 53 92 16

"EL SILENCIO QUE QUEDA"
Ábrete de orejas

El largometraje "El silencio que queda" habla del duelo y su restablecimiento, de la soledad, del viaje, del silencio que se queda cuando un ser querido muere... En este proyecto, la artista visual Amparo Garrido continúa profundizando en temas que son centrales en su obra: la comunicación no verbal, la relación con lo animal, la ceguera, la falta, la búsqueda de la verdad subjetiva, el azar y/o el inconsciente. El filme se estrenó en el pasado Festival de Cine de Málaga.

Foto: EcoArchivo

Amparo Garrido se estrena en el mundo de los "largos" con "El silencio que queda"

La película está estructurada en base a los audios WhatsApp que se enviaron ella y José Carlos (un ornitólogo ciego) a lo largo de dos años. Desde el principio, Amparo vio claramente que ahí había una película y los fue guardando. Después, junto a Ana Pozo, la montadora, se fue editando este largometraje sin guión, logrado a través de "cerrar los ojos", escuchando el material que iba emergiendo a lo largo de los viajes, al principio con José Carlos Sires y, más tarde, ella sola.

-¿Le puedes explicar la película a alguien que no la haya visto?
-La película trata sobre un duelo y su restablecimiento. Mi amigo más querido muere. Antes de morir deja en mi buzón, entre otras cosas, un artículo que se llama "José Carlos Sires, un amor ciego por las aves", y en mi devastación emocional me invento la idea de que ese artículo es un hilo al cual me tengo que agarrar y que tengo que seguir, que tengo que tirar de ahí porque ahí hay una especie de encargo, un mensaje que Juan Carlos me ha dejado. Cuando alguien tan querido y tan cercano se muere, te queda tal vacío, y tal agujero, que no te queda más remedio que agarrarte a algo para poder seguir viviendo, para que la vida siga teniendo sentido. A partir de aquí empieza un viaje que consiste en buscar a José Carlos, el ornitólogo del artículo, que da clases para aprender a escuchar los distintos cantos de los pájaros, aprender de él y más tarde seguir en este viaje yo sola para encontrarme con la naturaleza, con las aves, con el silencio, con la soledad, con la plenitud.

UNA MIRADA PREINDUSTRIAL

-¿Diría que tu mirada a la Naturaleza es "preindustrial"?
-Sí, yo diría que es preindustrial. Durante la realización de esta película tuve la oportunidad de vivir una experiencia en la que estaba sola ante la Naturaleza, sin nada que se interpusiera, estuve en muchos momentos sola absolutamente, desnuda, ante el mundo natural.

-¿Qué has aprendido con esta película documental?
-He aprendido muchas cosas, pero quizás lo más poderoso es a no tener miedo a la soledad, al silencio, al vacío… A darme cuenta de que ese vacío y ese silencio no son ni malos ni buenos; es más, a veces, si sigo respirando, si me relajo, puedo sentir como una suerte de fusión con la Naturaleza, tener la sensación de ser parte de un todo.

ESTRENO EN MÁLAGA

-¿Qué reacción está teniendo el público?
-La película tuvo su estreno mundial en la edición 22 del Festival de Cine de Málaga. La gente que ha visto la película me ha dicho que es como una joya, y están felices de que la película fuera seleccionada.

-¿Por qué te has sentido necesitada de hacer esta película?
-Me fascinó el recorte de periódico que me dejó Juan Carlos. Yo soy artista visual y, cuando llegó la crisis, tuve que salir de una galería con la que estaba trabajando, pasaron muchas cosas, entre ellas un viaje a Alemania que duró dos años… El caso es que llevaba tiempo sin hacer nada como artista que me gustara… Cuando empecé este proyecto no tenía ni idea de qué formato tendría… Al principio pensé en hacer una pieza de video-arte, pero luego vi rápidamente que ahí había una película y me fui dejando llevar. A veces tenía la sensación de que yo era como una especie de antena… sintiendo que a través mío se contaban cosas... Supongo que necesitaba salir, sentir, respirar y reconectar con la Naturaleza.

CIRCUITOS

-¿En qué circuitos se mueve una película de estas características?
-Hay una serie de festivales, muy pocos, en los que se pueden ver películas de autor, donde hay un público que va buscando este tipo de películas, pero también he de decir que yo soy novata en esto del cine, provengo del mundo del arte; entonces, ya puedes

Foto: EcoArchivo

Aves surcando el cielo de celuloide de Amparo Garrido

imaginarlo, con "El silencio que queda" estoy aprendiendo, descubriendo todo este mundo del cine. Yo estoy muy emocionada de que fuera seleccionada en Málaga, ya que no es una película comercial, pero estuvo compitiendo con otros largos documentales y tengo la esperanza de que se pueda ver en muchos espacios, de cine y de televisión.

-¿La película son los ojos y los oídos del ornitólogo ciego?
-La película son mis ojos y mis oídos. ¡Ya me gustaría que fueran los oídos de José Carlos, el ornitólogo! Eso hubiera sido fantástico porque él, al ser ciego, escucha maravillosamente bien. Yo de pequeña tenía dos tíos ciegos, muy queridos y quizás hay una parte mía inconsciente que quiere poner ojos a esta persona que no los tiene, quiero rellenar, quiero aportar con mis ojos lo que esta persona no puede ver, hay una suerte de fantasía inconsciente de completar ese hueco, pero, sí, José Carlos me completa a mí con la escucha, él tiene toda la atención, el 100 por ciento de todo su ser puesto en el oído. Con José Carlos tienes la sensación, el gusto, el placer de sentirte escuchada y, a veces, en esa escucha siento como si me estuviera viendo el alma…. Me siento como desnuda muchas veces….

ARTE VISUAL

-¿Hacia dónde va el mundo del arte visual?
-Es una pregunta complicada, pero sí puedo decir que las nuevas tecnologías son muy importantes y determinarán los distintos caminos. También hay que decir que no se puede generalizar con lo del arte visual porque cada artista es un mundo y tiene cosas particulares que decir, y usa las tecnologías en un sentido o en otro para contar lo que quiere decirle al mundo. Claramente yo he tenido el beneficio de la democratización que dan las nuevas tecnologías para poder hacer esta película.

-¿Hemos llegado ya al punto de no retorno en la crisis climática? ¿Qué sensación tienes?
-Yo creo que no, hay que guardar la esperanza, yo creo que todavía podemos hacer muchas cosas para enfrentar esta crisis.

-¿Los niños que vean tu película serán en el futuro activistas medioambientales?
-No lo sé. Me gustaría, ojalá. Yo creo que claramente las cosas están cambiando; tengo un amigo animalista que dice que, de aquí a unos años, cuando nos acordemos de que comíamos carne, esto lo vamos a ver como un genocidio, y ahora no somos ni conscientes. Creo que los niños que vean la película podrán observar a los animales, en este caso las aves, desde un lugar más de igual a igual que creo que es como las miro yo. Por cierto yo fui fan de pequeña de Félix Rodriguez de la Fuente. Veía con pasión sus documentales en TV.

P. Bolaño

"AVERIGUANDO ACEITUNAS" OTRAS OBRAS DE LA AUTORA

Amparo Garrido es una artista visual que trabaja con fotografía y vídeo. Ha recibido importantes premios y realizado múltiples exposiciones nacionales e internacionales. Su obra se encuentra en importantes colecciones como la del Museo Reina Sofía (MNCARS), entre otras. "El silencio que queda" es su primer largometraje. Dentro de su filmografía, antes ha hecho diversas piezas de videoarte: "Sobre la escucha" (2009), "Averiguando aceitunas" (2009), "Remanecer" (2008) y "No digas nada" (2006).

COSMÉTICA ECONATURAL

Según la Norma BioVidaSana

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

ÁBIDA www.abida.es
AINA DE MÔ www.ainademo.com
ALOEPLANT www.aloeplanteco.es
ALOESALUD www.aloesalud.es
ALQUIMIA NATURAL www.alquimianatural.cat
ALVIOLOR* www.alviolor.com
AMANTIS www.amantis.net
AMAPOLA BIOCOSMETICS www.amapolabio.com
ARTICA BIO-COSMÉTICA* www.articabio.es
AS PONTIS www.aspontis.com
ASHES TO LIFE www.ashestolife.es
ATALAYA BIO www.atalayabio.com
AUMA ADHY http://auma-adhy.com
AYURVEDA AUTÉNTICO www.econostrum.com
BIOJARAL COSMÉTICA ECOLÓGICA www.cosmeticabiojaral.com
BIOSPORTY www.biosporty.com
C´EST CHIC COSMETICS** www.cestchiccosmetics.es
COSMÈTICS GIURA www.cosmeticsgiura.com
DIETOX www.dietox.es
ECOCANEM www.ecocanem.com
ECOLACTIS www.ecolactis.es
EL FRUTO DEL BAOBAB www.elfrutodelbaobab.com
ELENA BUSTO ESSENTIAL BEAUTY www.elena-busto.com
EQUIMERCADO www.equimercado.org
ESENCIAS DE LUNA www.esenciasdeluna.com
FRESHLY COSMETICS www.freshlycosmetics.com
GREEN FROG www.greenfrog.es
HATIPAI BIOCOSMETICS www.hatipaibiocosmetics.com
HERBARIUM SCALA DEI www.herbarium-scaladei.com
HERBERA BIOCOSMÉTICA www.herbera.es
ILURBEDA, ARTESANÍA COSMÉTICA* www.ilurbeda.com
INDIGO EYES NATURE www.indigoeyesnature.com
IYINUT www.iyinut.com
JABONES BELTRÁN* www.jabonesbeltran.com
KOLOREKO www.koloreko.com
KOOCH GREEN COSMETICS www.koochgreencosmetics.com
KROUS EXPERT CARE www.krous.es
L'ABELLA MEL www.labellamiel.com
LA ALBUFERA http://albuferacosmetica.com
LA BEAUTÉ DE L´AME www.labeautedelame.es
LA BIZNAGUERA labiznaguera.com
LA CASA DE LA LUNA MEDIA* www.lacasadelalunamedia.com
LA ESPIRAL VERDE www.laespiralverde.com
LAMIA BIOCOSMÉTICA www.lamiabiocosmetica.com
LANDALORE www.landalore.com
LAVANDA EXPERIENCE www.lavandaexperience.com
LILÀ COSMÈTICS www.lilacosmetics.com
LLUC & PAU www.naturalcarol.com
MACROBIO www.biellacarell.com
MAISON KARITÉ* www.maisonkarite.com
MARIA DAVIK COSMÉTICA www.mariadavik.com
MÁYIKAS COSMÉTICA NATURAL* www.mayikas.es
MONTRÓS COSMÉTICS www.montroscosmetics.com
MÜNNAH NATURAL COSMETIC www.munnah.es
NADIUA www.nadiua.com
NATURAL BELLA http://naturalbellacosmetica.es
NATURALMENTE MEDITERRÁNEO www.naturalmentemediterraneo.com
NATURAL SOLTER** www.naturalsoltercosmetics.com
NATURAVIA, cosmética ecológica certificada www.naturaviacosmetica.com
NATURNUA* www.naturnua.com
NATUROLEO COSMETICS www.naturoleo.com
NAT&BE www.nbnaturalcare.com
NEATHEA www.neathea.com
OLEOTHERAPY www.oleotherapy.es
OMAMORI latiendadeomamori.com
ORBAYU www.orbayunatural.es
PIEL SANA www.pielsana.es
PLANTAPOL www.plantapol.es
POSIDONIA COSMETICS** www.posidoniacosmetics.es
PRODUCTOS NATURALES LARA www.productosnaturaleslara.one
SÁLVORA www.salvora.eu
SABER, cosmética ecológica www.saper.es
SAVAGES www.savagesbiocosmetics.com
SECRET PLAY www.secret-play.com
SENDA AROMÁTICA* www.sendaaromatica.com
SENSOLIVE www.sensolive.com
SHUI BOTANICALS www.shuibotanicals.com
SPA GARDEN www.spagardenbio.com
STEVIAK www.steviak.com
TALLER MADRESELVA www.tallermadreselva.com
TAÜLL ORGÀNICS www.taullorganics.com
TECENVAS** www.tecenvas.com
TERPENIC www.terpenic.com
VERACETICS www.veracetics.es
VICORVA** www.vicorva.com
VIDAL FORCE www.vidalforce.com
YEIDRA http://yeidracosmetica.com

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

ASOCIACIÓN VIDASANA
Más información
972 451 129 / www.biovidasana.org

FARGO, RESTAURANTE
"En Andalucía, notamos mucho interés por lo 'bio' y una creciente demanda"

Fargo es un restaurante que empezó en 2013 por la falta de propuestas ecológicas en Sevilla. Había entonces sólo un restaurante (Gaïa) y 8 tiendas. Ahora hay sólo 3 (Gaïa, Fargo y Estraperlo) pero el número de tiendas ha crecido mucho y podemos encontrar casi 20 solo en el casco antiguo de la ciudad. La producción ecológica de proximidad, alrededor de Sevilla, es muy importante. Pablo Bolaño conversó con Yann Coucharriere, su alma mater.

Yann Coucharriere es un ingeniero de sonido que proviene de una familia con una fuerte tradición culinaria. Pasó los diez primeros años de su vida en la granja de sus padres, en el suroeste de Francia, con animales, cereales, viña y huerto. Luego, su padre, Bernard Coucharriere, fue contratado como encargado de unas bodegas en Burdeos, el Chateau Pichon Longueville Baron, Pauillac, y en el Chateau Fourcas Hosten, en Listrac, donde obtuvo gran experiencia y sus diplomas de enólogo. Yann pasó del huerto a la bodega, trabajando en el campo durante las vacaciones de su adolescencia, en contacto con la Naturaleza. Siguió varias formaciones de cocina y pastelería para completar su experiencia, así fue prolongando la tradición familiar. Llegó a Sevilla en 2009 y dejó el ámbito cultural en el que entonces trabajaba para empezar a trabajar en restaurantes antes de montar Fargo, tres años después.

-¿Cómo ha evolucionado vuestro restaurante desde que se creó?

-Los principios fueron muy duros. Había poca afluencia de público los tres primeros años porque la clientela local no entendía bien el concepto ecológico. Poco a poco, las guías de viajes internacionales (Alemania, Inglatera, Francia, EE.UU., Holanda…) se enteraron de que un restaurante proponía algo "común" según la tendencia internacional, pero nuevo en Sevilla: la mezcla de los conceptos Farm to table/Slow Food y del producto ecológico. Ahora, referenciado en Happy Cow, el Trotamundo, la guía Michelin, la afluencia es buena.

EL PÚBLICO

-¿Cómo responde el público sevillano a la oferta ecológica y vegana?

-Hay aquí un malentendido muy fuerte. Mucha gente piensa que ecológico significa vegetariano y que ser vegetariano implica no comer carne roja, pero sí carne blanca o pescados, así que es común encontrar sitios que llevan platos "vegetarianos" con pollo, jamón o mariscos. Muchos veganos nos cuentan la misma anécdota: platos marcados como "vegan" que llevan leche, miel o mantequilla.

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

-Notamos mucho interés por parte del público y una creciente demanda. Los agricultores están interesándose por las certificaciones, lo que implica cuáles son las oportunidades, los mercados. Se desarrolla de forma muy positiva. El sector de la exportación hacia el norte de Europa es obviamente muy fuerte, pero hay cada año más restaurantes y supermercados que añaden productos ecológicos españoles en su propuesta. Es alentador.

LA CARTA

-¿Todo lo que ofrecéis es ecológico y vegano o hay excepciones? ¿Cuáles? ¿Cuál es vuestra joya de la corona?

-Tenemos en la carta unos 50 entrantes, quesos, platos y postres 100% ecológicos, pero también quesos artesanales D.O.P. o cerdo

Foto: EcoArchivo

Nuestro protagonista, en familia

100% ibérico de Bellota que implica un producto local bastante sano y un trato animal aceptable. Los platos 100% ecológicos están indicados como tal en las cartas.

-¿Qué os distingue de otros establecimientos afines?

-Somos el restaurante de Sevilla donde se encuentra la propuesta de vinos españoles naturales o ecológicos más importante. Por la comida, no hacemos stock, todo es fresco igual, recibimos productos cada día, montamos la mayoría de los platos en el momento (hay que esperar un poco más que en los otros restaurantes..) y podemos muy fácilmente adaptarnos a las dietas y las alergias especiales. Tenemos también una propuesta de postres caseros y destilados internacionales de alta gama que no se ve en otros sitios de la ciudad.

LOS TURISTAS

-¿Pasan por vuestro restaurante muchos turistas que vienen pidiendo alimentos ecológicos que encuentran en sus países de origen con total normalidad?

FARGO DENTRO DE DIEZ AÑOS CON HUERTA PROPIA

-¿Cómo imagináis Fargo dentro de 10 años?

-¡Lleno en cada servicio! Y con una huerta propia, para tener una excusa ¡para pasar más tiempo en el campo! Se cambian los ingredientes de los platos cada semana y no se hace stock, no se compran productos congelados, no hace falta, hay de todo muy cerca.

Fargo. Pérez Galdós, 20. Sevilla

Foto: EcoArchivo

Tapas de Fargo…

-Sí y no. Tenemos clientela de todos los continentes. Mucha gente de fuera viene pidiendo ecológico. De India, de Corea, de Canadá o de Argentina. También pueden encontrar algunas cosas en ecológico que son habituales en sus culturas. Hay en Andalucía calabaza hokkaido, quinoa, rábano negro, ruibarbo, chili habanero chocolate, aguacate… Productos internacionales que crecen muy bien aquí. Ciertos productos no los tienen en muchos países. Disfrutamos de una climatología muy singular en Andalucía casi 9 meses en el año. Andalucía siempre ha sido una de las principales "despensas de Europa".

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

-En Fargo, tenemos una filosofía sobre la política bastante básica: no contamos con la gente por la cual votamos para solucionar nuestros problemas sino con nosotros mismos, con las redes que creamos. Valoramos el tema que realmente tiene poder haciéndonos una pregunta muy simple: ¿dónde va mi dinero? ¿En qué participo cuando compro? ¿Estoy ayudando a una familia o a un multimillonario? ¿El producto que compro ha sido producido en condiciones laborales aceptables? ¿Lo puedo verificar? ¿Se fabrica en lugares donde la producción es vigilada según normas que tienen sentido para mí? No es un mundo perfecto y no lo vamos a cambiar rápidamente pero podemos aportar nuestra piedra al edificio y tener vidas que tienen sentido, con empatía, sentido común, apoyando los que trabajan duro y no consumiendo sin pensar.

BIOCULTURA

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

-BioCultura es un momento fantástico durante el cual se encuentran los mayores actores del sector. Antiguos o nuevos. Me dio mucha sorpresa y placer ver el público acudir, participar en talleres, escuchar las conferencias y volver a casa con otra opinión sobre la ecología. Hay países en Europa donde no hay partidos ecológicos porque no se considera como un poder y también otros países donde todos los partidos, de izquierda a derecha, tienen un programa/proyecto ecológico sólido, por sentido común. Se encuentra esa refrescante filosofía en BioCultura.

-¿Nos podéis hablar de los precios de Fargo? ¿En qué escalafón los situaríais?

-El consumo medio es de 25€. Tenemos entrantes de 6 hasta 11€ y platos desde 10€ hasta 32€. Postres a 6€.

P. Bolaño

Suscríbete a

AULA de Innovación Educativa

(primaria)

OFERTA ESPECIAL

Antes ~~94,00€~~

Ahora 37,60€

La suscripción anual incluye:

10 REVISTAS EN PAPEL + DIGITAL + 1 DOSIER + ACCESO AL FONDO DIGITAL + 4 VALES DE DESCUENTO DE 6€ + 10% dto. CURSO DE FORMACIÓN EN LÍNEA (homologados)

*Oferta válida para particulares, de 1/3/2019 hasta 30/4/2019

GRAÓ revista@grao.com www.grao.com 934 080 464 601 391 016

CHOCOLATES ARTESANOS ISABEL
Chocolate "bio" y justo que reforesta Aragón

Chocolates Artesanos Isabel es un obrador de chocolate ecológico y comercio justo que nace en 1997 como fruto de la experiencia de trabajar el chocolate en algunas de las mejores pastelerías y chocolaterías de Europa. La fuerte voluntad de su fundadora, Isabel Félez, de generar riqueza para su entorno, a través de una cadena de producción ética y sostenible, que cuenta exclusivamente con materias primas de calidad certificadas ecológicas y de comercio justo, ha logrado ampliar su plantilla con la integración de 15 mujeres y aumentar su facturación en un 1.000%. Chocolates Artesanos Isabel se ha sumado a la iniciativa de la ONG Plan for the Planet de reforestar el planeta a través de la venta de sus de chocolates. Esteban Zarauz habló con Isabel Félez de chocolates y mucho más.

Foto: EcoArchivo

Isabel Félez, algo más que una artesana del chocolate

A través del proyecto de reforestación, plantan un árbol por cada lote de Chocolates Isabel vendido o cada vez que un cliente sube una foto a redes sociales con cualquiera de sus compras con el hashtag #chocolateético. Una vez el árbol ha sido plantado se envía al cliente un certificado de Plant for the Planet que incluye las coordenadas geográficas del árbol correspondiente.

-¿Cómo se creó Chocolates Isabel y por qué?

-He pasado gran parte de mi vida viajando por el mundo aprendiendo a elaborar chocolate de la mano de las mejores chocolaterías y pastelerías de Europa. Chocolates Artesanos Isabel es la realización de un sueño: abrir un pequeño obrador de chocolate ecológico y de Comercio Justo, donde poder crear chocolate como si fueran joyas, que, además de alimentar sanamente, aporta placer y sentidos a las personas que se los comen. Y todo ello en mi pueblo, Alcorisa. No fue fácil arrancar, con un entorno rural en creciente despoblación, unas infraestructuras escasas y, por entonces, una agricultura ecológica española escasa y menos aún de Comercio Justo. Sin embargo, el potencial del territorio era tremendo. Una agricultura de primer nivel en la zona impulsaba a trabajar en y por un ecosistema ecológico para construir un mundo mejor para todas y todos.

APUESTA "BIO"

- ¿Desde cuándo apostáis por lo ecológico?

-En mi familia hemos sido siempre consumidores de alimentación orgánica y ética. Comprar materias primas certificadas ecológicas y de Comercio Justo era, por lo tanto, la manera de ser consecuentes y coherentes con nuestros propios valores personales. Por eso, en 2014 nos convertimos a lo ecológico. La alimentación "bio", además de sana, es la forma en la que nos aseguramos que estamos respetando y cuidando el planeta y sus recursos naturales. En cuanto al cacao, en concreto, para nosotros es además fundamental e indispensable que sea certificado "Fairtrade". La industria del cacao esconde, en muchos casos, un abuso y esclavitud infantil que no vamos a apoyar, y mucho menos financiar. Lamentamos que, aunque pudiera ser una buena noticia, seamos en España la única empresa artesana que elabora chocolate con criterios éticos.

-Háblanos de tu apuesta por la reforestación…

-Nuestro pueblo está próximo a las zonas de Ejulve y Aliaga que siguen recuperándose de un devastador incendio forestal sufrido en el año 2009, uno de los mayores habidos en Aragón. Estas llamas arrasaron más de 12.000 hectáreas de masa forestal. A través de la plataforma ciudadana "Nuestros montes no se olvidan", surgida a raíz del incendio, nos llegó la idea de apoyar en la reforestación de estos montes turolenses. A comienzos de 2018, la fundación Plant for the Planet, apoyada por esta plataforma, dio comienzo a un proyecto pionero de reforestación en la zona afectada. El objetivo es plantar un total 100.000 árboles entre 2018 y 2019. Y si la iniciativa ya se merecía todo nuestro apoyo, el que esta primera actuación haya buscado fomentar el empleo de personas de la zona en riesgo de exclusión social, al tiempo que se les da una formación en emprendimiento forestal, nos hace sentir más que implicados.

CAMBIOS

-¿Qué ha cambiado desde que empezasteis con la empresa?

-Muchas cosas. Nos hemos convertido a lo ecológico y conseguido el certificado, con todo lo que ello conlleva. Hemos pasado de ser una empresa unipersonal a tener una plantilla de 15 mujeres. En su mayoría en riesgo de exclusión social o con necesidades de conciliación familiar. Las exportaciones, asimismo, nos han permitido crecer y aumentar la producción y los ingresos… exponencialmente. Y entre tanto, nos han dado muchos premios y reconocimientos que nos reafirman en nuestro trabajo y, por supuesto, en nuestra misión y valores.

-Habladnos de lo que hace diferentes a vuestros chocolates…

-Muchas cosas (risas). Como comentaba, somos la única empresa en España que elabora los chocolates de forma artesana e íntegramente ética y ecológica. Además, trabajamos desde la semilla del cacao con la técnica "bean to bar" que implica elaborar el chocolate desde su origen hasta el final. Es decir, en nuestro obrador tostamos, descascarillamos, trituramos y trabajamos las semillas que compramos a pequeñas cooperativas de países del Sur. En contraposición a la mayoría de marcas que, por lo general, compran el chocolate ya preparado para limitarse a darle forma o añadir los ingredientes extras necesarios para elaborar sus productos finales. Asimismo, apostamos por un chocolate, además de delicioso y sugerente, sano y de calidad integral. Por ello, hemos prescindido del azúcar blanco refinado, que es lo que llevan la gran parte de los chocolates en el mercado, en favor de la panela (azúcar integral sin refinar) ecológica y de Comercio Justo.

Diferentes productos de Chocolates Artesanos Isabel

Plant for the planet

Fotos: EcoArchivo

SECTOR ECOLÓGICO

-¿Cómo veis el sector "bio"? Ventajas y desventajas de la democratización del sector…

-La democratización de lo ecológico nos alegra e ilusiona. Es buenísimo que cada vez sean más los productos ecológicos disponibles en el mercado, frente a aquellos que no respetan ni la salud ni el medio ambiente. La parte negativa es que como es un concepto que cada vez "vende" más… hay muchas marcas que se están sumando al carro de lo "bio" no por conciencia, sino por interés lucrativo. Y esto, en última instancia, no estaría mal, si no fuera porque esta fuerza va en perjuicio de las empresas que, como la nuestra, empresa en la que apostamos por construir un mundo mejor en todas las direcciones, no solo la de nuestro bolsillo. Nuestra cadena de producción, nuestras políticas de recursos humanos, etc., se enmarcan en algo que se denomina la "Economía del Bien Común". Este modelo aboga no solo por ofrecer productos o servicios éticos, sino que garantiza que la forma, la vía y el fin, también lo son. Como comentaba, no sirve de nada vender un chocolate "bio" que viene de un cacao recogido por un niño o una niña esclavizados y sin derechos a una infancia justa y feliz. En este sentido, las compañías multinacionales que históricamente han tenido capítulos más que oscuros en torno a sus formas de producción, la gestión abusadora con los agricultores y demás, pasan a formar parte de un sello, el ecológico, que en sí mismo debería ser sinónimo de ético. Y con estas marcas vemos que no. Que no todo lo ecológico tiene por qué ser justo ni solidario. Si bien, que esta es la única apreciación positiva, respeta el medio ambiente. Son, por lo tanto, los consumidores y consumidoras los/as que también dentro del mercado ecológico han de hacer su propio filtro de marcas si lo que quieren es ser coherentes con sus principios de justicia, equidad y solidaridad.

BIOCULTURA

-¿Qué es para vosotros BioCultura y qué presentasteis en BioCultura BCN?

-BioCultura es para nosotras muy importante. Fue allí, en el 2015, donde recibimos el Premio al Mejor Producto Ecológico en España. Además, es la feria de referencia del sector de la alimentación ecológica. Nuestro producto está presente en los expositores a través de nuestros distribuidores catalanes allí presentes. Y la novedad para esta edición es nuestro nuevo kit con el que puedes elaborar tu propio chocolate, que es, por supuesto, ecológico y de comercio justo.

-¿Cómo imagináis vuestra empresa dentro de unos años?

-Habremos crecido algo más, lo cual repercutirá positivamente en muchos aspectos: nos permitirá contar con más personas en el equipo, algo muy necesario en una provincia como Teruel, profundamente afectada por la despoblación por falta de oportunidades laborales. También será positivo para los productores ecológicos y de Comercio Justo que verán aumentados sus pedidos gracias a nuestro crecimiento. Este crecimiento será fruto de una ampliación de nuestra gama de productos con nuevos chocolates.

DAME CHOCOLATE

-¿Por qué se ha pensado durante un tiempo que el consumo de chocolate era nocivo para niños y adultos?

-Un chocolate con azúcar refinada, conservantes, colorantes y aromas artificiales es, efectivamente, nocivo para la salud. Y más para los niños que pueden aumentar considerablemente su dependencia a este tipo de productos procesados y extremadamente dulces. Ahora, si hablamos de un chocolate con ingredientes sanos, como la panela, no modificados genéticamente, sin conservantes ni colorantes y con ingredientes ecológicos, como los frutos secos, y aceite de oliva virgen –en lugar de aceite de palma–, la cosa cambia. Porque este chocolate sí nutre y alimenta. Y tiene muchos de los componentes necesarios para mantener nuestro metabolismo fuerte y equilibrado.

E. Zarauz

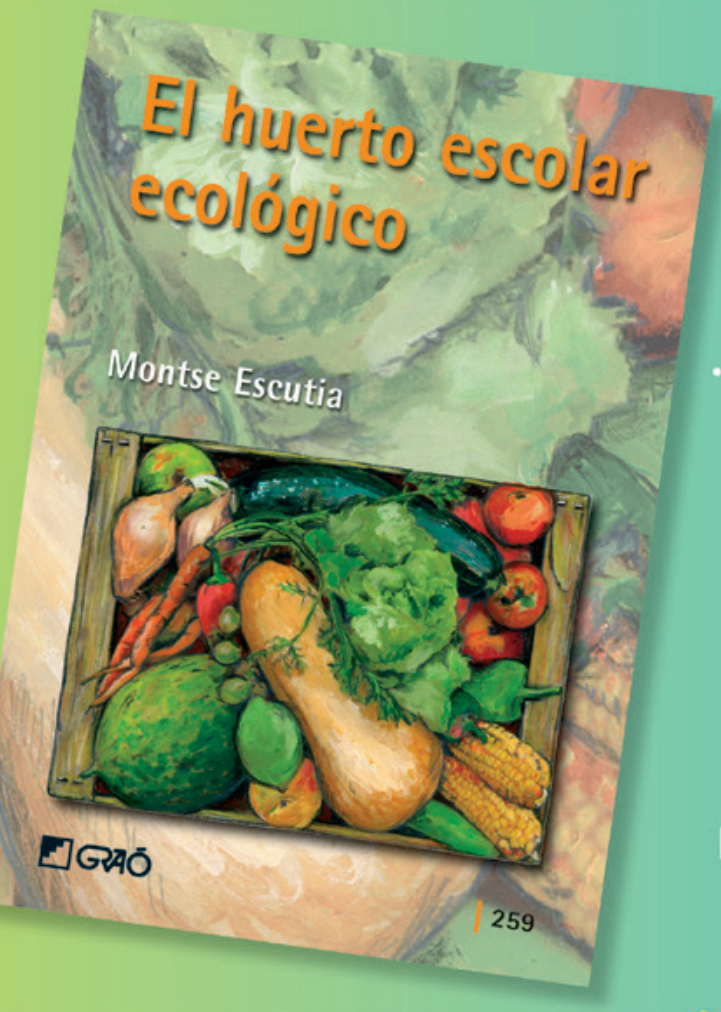
ISABEL FÉLEZ
ECOLOGISTA, FEMINISTA E IDEALISTA

Isabel Félez es una mujer y madre emprendedora, feminista e idealista que apuesta por un mundo justo y sano. Su motivación como empresaria es tener el poder y los recursos para construir a su alrededor una sociedad mejor, reinvirtiendo en su entorno, tanto en las personas como en la tierra. Su curiosidad y espíritu de aventura le ha empujado a viajar mucho y buscar aprender siempre de los mejores.

EDUCAR EN VERDE

IDEAS PARA ACERCAR A NIÑOS Y NIÑAS A LA NATURALEZA

Los niños y niñas de hoy pasan la mayor parte de su tiempo en espacios cerrados, sentados, mirando una pantalla y, prácticamente, ya no disfrutan de momentos de juego autónomo al aire libre. Estar al aire libre, en interacción directa con la vida, debería ser un derecho fundamental de la infancia.



EL HUERTO ESCOLAR ECOLÓGICO

Las técnicas básicas de cultivo, el diseño del huerto, cómo hacer el proyecto de huerto comunitario, las fichas de experimentos, los consejos del hortelano, las actividades de compromiso ambiental y un largo etcétera de propuestas pensadas para ser utilizadas en todos los cursos y las áreas de la escuela.

Los encontrarás en grao.com

GRAÓ Hurtado, 29. 08022 Barcelona info@irif.eu www.grao.com 934 080 464

EL CASERÍO DE TAFALLA
Caramelos para adultos

El Caserío de Tafalla es una empresa con un montón de historia a sus espaldas. Hacen "caramelos para adultos". El caramelo del abuelo de toda la vida. Ahora lanzan una línea en ecológico y vegano. Estuvieron en BioCultura BCN.

Ramón Sanmartín es el director y propietario de El Caserío de Tafalla. En BioCultura BCN presentó sus caramelos de tres líneas distintas: pistachos y azúcar de coco, piñones y panela y almendras y melaza de arroz. Son caramelos veganos certificados por la European Vegetarian Union. Y, por ecológicos, tienen la certificación del CPAEN navarro. No tienen ni aceite de palma ni gluten ni lactosa.

55 AÑOS DE HISTORIA

-El Caserío de Tafalla es una empresa de largo recorrido…

-Exactamente. Tenemos 55 años de historia. 55 años elaborando caramelos desde Tafalla. Hace 50 años hicimos el caramelo de piñones y con él hemos evolucionado. Ahora, llegamos ya a más de 50 países. Pero hemos querido evolucionar más todavía. Y de ahí nuestra línea de caramelos en ecológico y veganos.

Foto: EcoArchivo

Productos de El Caserío de Tafalla en BioCultura BCN

-¿Hacéis caramelos sin azúcar?

-Sí. Hacemos caramelos para adultos en los que el azúcar de caña ha sido sustituido por el azúcar de coco, que tiene un índice glucémico más bajo que el de azúcar de caña. El azúcar de coco tiene un índice que es un tercio del índice del azúcar de caña. Con el azúcar de coco y una bebida de coco y arroz conseguimos un producto con un sabor muy agradable y sin los inconvenientes que tiene el azúcar de caña convencional.

NUEVA GAMA

-¿Cómo vais a distribuir esta nueva gama?

-Estamos en ello. Estamos, ahora mismo, en el principio de una nueva vida para nuestra empresa. De hecho, estos caramelos aún no están en tiendas. Sólo se pueden adquirir en directo en nuestra fábrica y/o a través de nuestra página web. Lo tenemos todo por hacer. Vamos a ver cómo funciona esta nueva línea. De momento, en la feria ha tenido un gran éxito. Es un producto insólito y de gran calidad. Esta nueva gama responde a las nuevas demandas de un público cada vez más exigente.

Foto: EcoArchivo

Ramón Sanmartín es propietario de El Caserío de Tafalla

-¿En qué se concretan esas exigencias de ese nuevo público?

-Por un lado, en el terreno de la salud. El público busca productos saludables. Por otro lado, que sea lo más natural posible, de ahí que hayamos apostado por lo ecológico. El tercer aspecto es que el público busca productos de calidad, que aporten placer, que tengan un prestigio organoléptico. Hemos trabajado para realizar productos que respondan a esas tres líneas al mismo tiempo. Y, a la vez, hemos trabajado para satisfacer los deseos de personas que sufren alergias y/o intolerancias alimentarias, a la lactosa, al gluten... Era necesario romper con las fórmulas convencionales…

PARA ADULTOS

-Vuestros caramelos no responden a la lógica de la "chuche" para niños…

-Nosotros vendemos caramelos para adultos. A los niños les gustan nuestros caramelos pero no son exclusivos para ellos. Nosotros no nos dirigimos exactamente al público infantil, es otra cosa…

E. Zarauz

TOMA NOTA
MÁS INFO

www.elcaserio.es

OPINIÓN
CHÚPATE ESA
Vaya veranito…

Vivir en la costa tiene sus cosas buenas y sus desventajas. De lo bueno, casi todo cae en invierno… Es muy bello levantarse temprano, un día de enero, y acercarse al mar y dejar la mirada perdida en el horizonte marino mientras se escarchan las cejas. También es lustroso que algún amigo te invite a dar un paseo con su barquilla por el litoral cercano en día de mar serena… y escuchar el silencio. Y es no menos agradable darse un chapuzón playero cuando aún el tropel de turistas reside todavía en sus respectivas urbes y cosmópolis.

Las cosas, en estío, se complican. A la familia se le ocurre que el verano es el mejor momento para visitar a los primos y, si viven en zonas costeras, mejor. Y, claro, como todos, o casi, tienen trabajos muy convencionales, pues disfrutan de sus periodos estivales en fechas similares. Y se juntan todos en la chabola de uno. Y todos quieren pasárselo superbién cuando uno aspira ya solo, a estas alturas, a descansar.

Y las cosas se complican más todavía cuando llega la hora de comer (y de cenar). Porque, sí, vale, eso de la dieta ovolacteovegetariana orgánica les parece muy bien a todos… para una vez al mes… Pero, vaya, dos días seguidos… ya es demasiado. Así que, en efecto, en casa del herrero… cuchara de palo. Y, para que nadie se ofenda, pues eso… a hacer gala de una gran empatía. Y ya me veis cocinando y sirviendo pseudoalimentos que jamás osaría meterme entre pecho y espalda. Todo sea por la familia y por la convivencia. Y, si comer juntos es un problema, beber no lo es menos. Dios mío: qué horrorosas son algunas bebidas hiperazucaradas o las light del aspartamo.

Y, como ya llevamos varios años así, hogaño voy a cerrar la fonda. Desapareceré, como desaparecen las ovejas trashumantes, y me iré a alguna casa rural de interior de buen precio y de yantares sostenibles. Que la mesa es cosa sagrada y ya estoy mayor para cierto tipo de entuertos…

El barón rampante