

BIOCULTURA MADRID XXX ANIVERSARIO TRES DÉCADAS PICANDO PIEDRA

BioCultura Madrid tiene ya treinta años de existencia. En los tiempos en que todo es efímero, parece un auténtico milagro. Detrás, mucho esfuerzo, mucho trabajo, muchos baches, el sudor de muchas personas, mucho predicar en el desierto... Pero todo esfuerzo, cuando se lleva a cabo con sinceridad y honestidad, acaba dando sus frutos...

Ya no quedan políticos como los de antes... 23 de octubre de 1985. Enrique Tierno Galván, entonces alcalde de Madrid, inaugura la primera BioCultura en el Pabellón de Agricultura de la Casa de Campo. 40 expositores y 15.000 visitantes. No está mal, pero sólo son los inicios. "El Viejo Profesor", todo un visionario, se había dado cuenta de que, si no hay un respeto por el medio ambiente, nuestra sociedad no tiene futuro. La alimentación, la salud, el decoro en el cuidado de la Naturaleza, el clima... Todo está relacionado. Formamos parte de Gaia. Don Enrique Tierno Galván, un adelantado, ya era consciente de todo eso. Veía BioCultura como un cambio total de modelo social...

LA CRUZADA DE LA "TERNURA"

Estas fueron sus palabras para inaugurar aquel primer embrión del movimiento "bio" y ecologista en nuestro país: "Es una cruzada, un hecho espiritual, el que una asociación, gente que vibra con un propósito enorme, se dedique a recobrar la calidad. Por fortuna, es un movimiento que se va extendiendo, cada día tenemos mayor conciencia de que hay que proteger la Naturaleza, de que no hay que degradarla ni estropearla y tenemos que conservarla fresca y lozana, tal y como la Naturaleza es en su esencia. Vida Sana está así ejerciendo una acción cultural profunda, necesaria, quizás la más necesaria en este momento. Sabemos alimentar, cuidar de la Naturaleza, obteniendo de ella lo que puede darnos, a través de unos procedimientos cuidadosamente elegidos y estudiados. Esta exposición no se puede entender sólo como una actividad comercial ni como presentación de productos comerciales: es una exposición cultural"... Efectiva-

mente, en aquel entonces, BioCultura ya era una apuesta total por un cambio de paradigma. Don Enrique Tierno Galván puso todos los medios necesarios a su alcance para que BioCultura tomara forma... Qué lejos están los políticos de hoy de la sabiduría de aquel hombre...

LA REVOLUCIÓN INVISIBLE

En la actualidad, en Madrid, BioCultura cumple sus tres décadas de vida. Fue la Asociación Vida Sana la que, con BioCultura y sus otras actividades en el universo de la alimentación consciente (certificación de alimentos, actividad docente, Premios Internacionales Vida Sana, edición de The Ecologist y de muchas otras publicaciones...), dio el pistoletazo de salida del movimiento "bio" en España. Muchos años de predicar en el desierto, de todo tipo de trabas, de luchar contra enormes molinos de viento, de tropezar con la miopía de los políticos de intereses cortoplacistas, de bregar con los intereses y los lobbies de la gran in-



BioCultura fue una idea de Don Enrique Tierno Galván, "El Profesor", que puso todos los medios a su disposición para que la feria fuera una realidad...

BIOCULTURA MADRID TOMA NOTA

Dónde?: En IFEMA. Pabellón 9
Cuándo?: Del 13 al 16 de noviembre
Horarios: De 10 a 20h
Web: www.biocultura.org
Entrada general: 6 euros.
Niños/as de 6 a 12 años, jubilados y carnet joven: 3 euros.
Niños/as hasta 6 años: gratuito.

dustria alimentaria, farmacéutica, etc. Pero el trabajo hecho con pasión, ilusión y conocimiento siempre acaba dando sus frutos... Hoy, BioCultura se lleva a cabo, anualmente, en cuatro grandes capitales españolas: Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao. Pasan por estas cuatro ediciones cerca de 170.000 visitantes anuales. En total, unos mil expositores. Cientos de charlas, ponencias, talleres, encuentros, jornadas, conciertos... Miles y miles de productos ecológicos certificados, referencias que son tesoros para la alimentación y la salud de la población. Subsectores que crecen (cosmética ecológica certificada, bioconstrucción, textil orgánico, movilidad sostenible, energías renovables y descentralizadas...). Toda una revolución invisible está en marcha en todo el planeta y BioCultura es su reflejo. Al mismo tiempo, la feria crea tendencias y, allí por donde pasa, consolida un tejido estable desde el que los ecoemprendedores más activos saben dar respuestas a los nuevos retos de la sociedad contemporánea. Imposible resumir treinta años de lucha. Baste decir, eso sí, que el mero hecho de que España sea el primer productor de la UE en superficie ecológica es todo un hito al que BioCultura ha contribuido de

CATÁLOGO DE EXPOSITORES MADRID 2014

BioCultura

Feria de productos ecológicos y consumo responsable



catalogo.biocultura.org

forma más que considerable y que, obviamente, nos reconforta enormemente. Pero, ojo, no podemos cantar victoria. Sólo hemos ganado una pequeña batalla. La gran industria tecnolimentaria, los políticos rendidos a intereses oscuros, la inercia de la sociedad de masas, unos medios que no informan, una tecnología que nos deshumaniza, una publicidad que crea necesidades que no existen... están ahí para aguarnos la fiesta. Pero ni vamos a flaquear ni vamos a tirar la toalla. Seguiremos luchando treinta o mil años más si es necesario. Cada vez que un alimento ecológico llega a un hogar es un pequeño milagro y esa emoción resuena en todo el universo...

SÚMATE AL GRAN CAMBIO

Hay otras formas de consumir, de producir, de sanar, de educar, de crear energía, de construir y de vivir. Y todas están en BioCultura. Ven a la feria y súmate al gran cambio...

EcoActivistas

Descubre el placer de la cosmética natural



BIOCENTER

COSMÉTICA ECOLÓGICA, BEBÉ, HOGAR, MEDICINA NATURAL

BioCultura Madrid
STAND 177

www.biocenter.es



ENTREVISTA A ÁNGELES PARRA, DIRECTORA DE BIOCULTURA “BIOCULTURA NO ES UNA FERIA CUALQUIERA”

BioCultura no es una feria al uso. Es mucho más que una feria comercial, como muy bien dice su directora, Ángeles Parra. En esta entrevista, Ángeles nos desgana cómo se gestó BioCultura, cuáles fueron sus orígenes, cómo ha sido su evolución... Mucho que aprender de estas sabias palabras que publicamos, entre otras cosas, para conmemorar el treinta aniversario de la feria. BioCultura celebra en Madrid, del 13 al 16 de noviembre, su feria número 30 en Madrid.

El tiempo es el mejor autor. Siempre encuentra un final perfecto...
Charles Chaplin

Ángeles Parra es, hoy, toda una leyenda del sector ecológico en España. Activista, pionera, siempre ha tenido muy claro cómo tenían que ser las cosas. Transpira credibilidad y autenticidad por cada uno de los poros de su piel. Madre de cinco hijos y vegetariana desde hace décadas, ha sabido bregar con todo tipo de problemas, baches y obstáculos para hacer llegar la alimentación ecológica al mayor número de personas posible. Por encima de todo es, vaya que sí, una incansable trabajadora y una ecoactivista irredenta. Pero no está en esto como un negocio y tampoco simplemente por llevar la contraria, como un plan para conseguir reconocimiento o por el derecho a la pataleta, sino por ética y ecosofía propias. Llevar la alimentación “bio” a todos los hogares posibles ha sido su manera de llevar a cabo una gran tarea social, desde el silencio, desde las sombras, con todo el empeño, la energía y la pasión del mundo, porque para ella un alimento sano es, además de un tesoro, algo por lo que vale la pena luchar de la forma más apasionada posible.



Ángeles Parra es hoy una leyenda del activismo “bio”...

LOS ORÍGENES

-¿Cómo empezó todo?

-Éramos varias personas del área catalana que estábamos preocupados por la forma en que la alimentación industrial contaminaba los ecosistemas y a las personas. Pero nuestras inquietudes no se quedaban ahí. Había más: la búsqueda de una salud más natural, de una vida en armonía con la Naturaleza, de una educación más sensata, parto natural, lactancia materna, respeto por los derechos animales, etc. Pronto vimos que, para llevar a cabo mejor nuestra tarea, teníamos que constituirnos en asociación. A partir de ahí, empezamos a llevar a cabo todo tipo de actividades: convencer a campesinos para que trabajaran sin agroquímicos, buscar tiendas que quisieran vender esos productos, desarrollar una actividad docente para que pudiera empezar a haber profesionales capacitados, incluso tuvimos que elaborar los primeros estándares de certificación ecológica, lo que en aquel entonces se llamaron los “Cuadernos de Normas” para poder controlar y certificar los productos biológicos... En fin, muchas cosas que se fueron gestando poco a poco. Porque todo eso no ocurrió de la noche a la mañana. Por nuestra asociación pasó mucha gente. Algunos, muy capacitados y muy sabios. Otros, personajes rocambolescos que parecían salidos de novelas surrealistas. Algunos, muy rigurosos. Otros... un fraude total. También hubo algún que otro gurú trasnochado que confundía la velocidad con el tocino. Poco a poco, la asociación fue profesionalizándose... sin perder su sentido de la lucha por los objetivos iniciales.

-¿Qué dirías que es lo que más ha cambiado en la entidad en todos estos años?

-La Asociación Vida Sana era, al principio, sobre todo, un grupo de amigos y familias muy

LOS ORÍGENES DE BIOCULTURA UNA ANÉCDOTA...

-¿Cómo os lo hicisteis para crear una feria de alimentación ecológica cuando la alimentación “bio” era aún una entelequia?

-Hay muchas anécdotas acerca de eso, pero creo que con una bastará... porque ya da idea de cómo era todo en aquel entonces, hablamos de hace tres décadas, que se dice pronto. En 1985, prácticamente nadie apostaba por la agricultura ecológica. No existía, podríamos decirlo así. Y no es fácil llenar una feria con estands de algo que no existe. Así que había un agricultor que tenía peras y manzanas cultivadas de forma ecológica, alimentos avalados por nosotros mismos, que controlábamos que en sus cultivos no hubiera intervención química. Como no había agricultores que trabajaran así, pues le pusimos dos estands, uno para las manzanas y otro para las peras. Así, poco a poco, en plan hormiguitas, conseguimos el milagro de llenar una pequeña primera feria “bio”, la primera del estado español, cuando todo esto no le interesaba ni lo más mínimo ni a los agricultores, ni a los medios de información... Sí que había, no obstante, un pequeño público, muy incipiente, muy pionero, muy activista, que estaba dando los primeros pasos para tener una vida sana en todos los aspectos y, principalmente, en el tema de la alimentación.

activistas. Gente comprometida con el cambio de paradigma pero en muchos casos con poca solvencia profesional (y ahí me incluyo yo misma). Nos movía, digámoslo así, el instinto. Con los años todos hemos ido profesionalizándonos. Antes, íbamos a nuestra propia feria en rulots, como si de una *trup* de cómicos, como en las películas de Berlanga, se tratara. Llevábamos ollas, comida, colchones, qué sé yo lo que llegábamos a meter en aquellas furgonetas. La policía nos paraba en todas las carreteras. Pensaban que éramos terroristas, no sé. Nos hemos ido profesionalizando, reciclando, con el objetivo de ser lo más eficientes posible para servir a la causa de la alimentación liberada de químicos y agentes transgénicos. Era inevitable y yo lo veo como algo positivo. ¿Se ha perdido algo de romanticismo en el camino? Es posible, pero mucho peor hubiera sido haberse quedado anclados en el pasado. A ve-

ces, veo gente que se quedó congelada en un momento de la Historia. No es lo que quisiera para mí. El universo está en una evolución y movimiento permanente. Pues nosotros también somos parte del mundo... Y también, hay que recordar a algunos que se quedaron en el camino, fallecieron. Descansen en paz.

LUCHADORES NATOS

-¿Con qué te quedas del pasado y que rechazarías ahora mismo?

-Había personas que queríamos luchar por una vida sana, descontaminada, en pos de la alimentación ecológica, la salud natural, la regeneración del planeta, la biodiversidad... Éramos luchadores natos y teníamos un compromiso tan grande y tan pasional... que no había nada que pudiera detenernos. Eso lo echo a faltar en gente joven de hoy, que quiere ver enseguida los frutos de sus iniciativas. Para

nosotros, cualquier esfuerzo era poco. Yo trabajaba de enfermera por las noches y durante el día estaba en la asociación. Dormía unas cinco o seis horas al día. Aquello era brutal, pero muy hermoso al mismo tiempo. Por el contrario, descartaría volver a involucrarme en cambios sociales que no tenían exactamente una relación directa con todo esto que estamos hablando y que, más bien, tenían relación con ideas alocadas de gurús delirantes. Por suerte, fuimos muchos los que supimos elegir el camino correcto y deshacernos de ideas y energías nocivas y tóxicas disfrazadas de “ecología”. Había que pasar esa prueba. Era normal: tiempos de confusión en los que falsos sabios usurpan el lugar de los verdaderos hombres y mujeres de sabiduría y paz. Pero seguramente todo ha tenido un sentido, y creo que he aprendido también a reconocer los errores, aunque sí me arrepiento también de algunas cosas que no supe ver en su momento.

-¿Lo mismo ha pasado un poco con los expositores y visitantes de la feria?

-En cierta manera, sí, exactamente. Antes, entre los visitantes de BioCultura, siempre encontrabas a gente de grupos muy alternativos, algunos muy alocados, que venían, ya como profesionales o como visitantes, con aspectos muy chocantes, o con iniciativas muy utópicas, o con planes muy inviables... Hoy, BioCultura sigue teniendo a algunos de esos “clásicos”, porque son un poco como una seña de identidad. Pero, por encima de todo, entre los expositores y la gente visitante, prevalece el individuo que quiere o que aspira a tener otra forma de vida, una vida más respetuosa con la Naturaleza, pero que ha aprendido que la prudencia, la contención y el desapego de los resultados son bazas importantes muy a tener en cuenta. He visto a muchas personas en el universo ecologista hablar con desprecio del ego



Parra con Cristina Narbona, una de las pocas políticas españolas que, cuando ha podido, ha apostado con todas sus fuerzas por la agricultura ecológica...

Por este orden, de izquierda a derecha, Burruero, Parra, Edward Goldsmith y Montse Arias, la primera directora de The Ecologist, en la BioCultura BCN de mayo de 2000 que coincidió con el lanzamiento de la revista en España

Ángeles Parra con Vandana Shiva, la gran ecoactivista india

y, sin embargo, eran los más ególatras de todos. Creo que el sector ha ganado en profesionalización en todos los ámbitos y en serenidad. A pesar de todo, sigue existiendo esa conciencia, esas ganas de cambiar el paradigma, que están por encima de todo y que es algo a lo que no debíamos renunciar. Si algún día perdimos eso, habremos perdido todo.

ALGUNAS CIFRAS

-Todo esto de lo que estamos hablando... ¿cómo se manifiesta en cifras?

-Cuando nosotros empezamos, no había en nuestro país ninguna hectárea certificada como ecológica, ni siquiera existía una certificación oficialmente reglamentada. Hoy, ya estamos cerca de los dos millones. Cuando creamos la asociación, no había ningún producto certificado en el mercado español. Y hoy, sólo en BioCultura, podemos encontrar unas 18.000 referencias de alimentos ecológicos certificados. Cuando surgimos, unos socios de Vida Sana... crearon la primera cooperativa de distribución de alimentos ecológicos. Trabajaban de una forma muy artesanal. Hoy, hay miles de productores, distribuidores, campesinos, ganaderos, transformadores, tiendas, restaurantes... en todo el estado. Muchos de ellos, trabajan de una forma muy eficiente y utilizando tecnología punta. Desde el principio de los principios, el sector ha vivido una transformación absoluta. Es evidente que todos estos cambios no se deben únicamente a nosotros, faltaría más.

Hay mucha gente, su esfuerzo, su capital, su energía, su pasión... Nosotros fuimos, eso sí, los que arrancamos la carrera y estuvimos más activos que nadie en los inicios. Y eso no fue nada fácil, te lo puedes creer. En ese momento, éramos la típica minoría que se oponía a todo y que soñaba rollos. ¿Alimentos ecológicos, vegetarianismo, tofu, proteínas vegetales, economía local...?

EN LA ACTUALIDAD

-¿Cómo ves BioCultura en la actualidad y el sector ecológico en el XXX aniversario de BioCultura Madrid?

-Yo creo que estamos en un momento muy interesante. La crisis ha puesto las cosas claras. Algunos creían que esto era una moda, una cosa o de "hippies" o de "pijos", una tendencia pasajera... Se ha visto que no. Que hay mucha gente que quiere ser responsable con sus hábitos cotidianos. Son cada vez más las personas que saben que la democracia hace aguas por todas partes, que la justicia no es justa, que los medios no son imparciales, que la educación educa tendenciosamente hacia un lado y no hacia otro... Así que, de forma absolutamente pacífica, un sector de la población, gente responsable y consciente, quiere decantar la balanza del lado de la regeneración y la armonía y tiene claro que la clave no está en ir a votar cada cuatro años, sino en la práctica de unos hábitos cotidianos insurgentes: alimentación ecológica, autogestión de la salud, economía local y del bien común, energías renovables y descentralizadas, etc. Siguen creciendo

do las cooperativas y los grupos de consumo, se afianza la relación directa entre consumidores y productores, otras nuevas formas de economía y de moneda surgen por todas partes, el funcionamiento del Sistema en general está en tela de juicio... Con prudencia, de forma pacífica, pero está claro que la alimentación ecológica forma parte del cambio de paradigma, una revolución silenciosa que está creciendo en todo el planeta.

-¿Y el futuro como lo ves?

-La alimentación ecológica no va a parar de crecer. Esto ya es imparable. Incluso en los momentos más duros de la crisis tampoco ha dejado de ascender. Es cierto que grandes compañías, grandes cadenas de distribución y empresarios poco concienciados se apuntarán, ya está pasando. Bueno, es un riesgo que hay que asumir. Siempre será mejor que lo que ya teníamos, que la alimentación industrializada y contaminada, desvitalizada y mecanizada. Pero, aunque no deje de crecer, hay que seguir batallando para que la alimentación ecológica se democratice cada vez más, para que llegue a todos los hogares. Es tan necesario como en su día lo fue que llegara el agua o la electricidad... No hay que dejar de batallar, no hay que dejarse vencer por la inercia del Sistema, no hay que parar de dar a conocer las virtudes de una alimentación sana, descontaminada... En cualquier caso, las enfermedades de la civilización tampoco dejan de crecer y, para bien o para mal, esto dispara las alertas y hace que muchas personas miren hacia la alimentación ecológica como una vía de solución para tanta enfermedad, tanta pandemia y tanta desazón...

CELEBRACIÓN Y NOVEDADES

-¿Cómo vais a celebrar este treinta aniversario?

-Treinta años... Se dice pronto... Había que celebrarlo. Somos humildes, pero hay que darse alguna alegría de vez en cuando. Con el número del trimestre de otoño de The Ecologist, que coincide con BioCultura Madrid, hemos hecho un disco que recopila canciones "ecologistas" de diversas épocas. Es un regalo para los lectores de la revista, expositores, amigos, etc. En BioCultura Madrid, este año vamos a celebrar una pequeña gala para brindar por este treinta aniversario. Además, en esa misma gala podrá verse el minidocumental "BioCultura, 30 aniversario; pasado, presente y futuro". En fin, somos una ONG muy modesta y muy prudente, no vamos a tirar la casa por la ventana, claro. Pero tampoco íbamos a desaprovechar la oportunidad de celebrar un brindis, "bio", claro, por esta efeméride tan feliz y bonita.

-Para acabar, hablemos de las novedades de este año en BioCultura...

-BioCultura siempre trae cosas nuevas, es un nuevo parto, un nuevo retoño, y sobre todo no nos relajamos, hay que "currárselo". La feria vuelve a crecer un 15% aproximadamente y el calendario de actividades trae propuestas muy bonitas, de nuevos grupos que van llegando a este universo "bio" y a los que queremos darles cabida: economía del bien común, talleres artesanales de tinte y de lana, jornada de fertilidad natural, eco-chefs que se darán cita de nuevo en el espacio eco-gastronómico, huertos educativos, conciertos... En fin, de nuevo unas 350 actividades por las que pasarán aproximadamente unas 24.000 personas. ¡No está nada mal! Y, ojo, no olvidemos que cada empresa aprovecha BioCultura Madrid para presentar sus novedades... Imposible de resumir en unas líneas.

Pablo Bolaño

Parecía un horizonte lejano. Desde la 1ª edición de BioCultura, año tras año, hemos sumado esfuerzos y aquellas jóvenes ilusiones son ahora lo fresco y prometedor de la sociedad.

Por ello nos felicitamos: agricultores y productores, distribuidores, tiendas, consumidores, revistas, centros, asociaciones y tantas iniciativas que en estos años han surgido. Personas que con nuestra dedicación y convencimiento hemos contribuido a un presente y futuro mejores.

En agradecimiento a 30 años de BioCultura.

BIOCOP
Agricultura biológica

www.biocop.es

Te esperamos en el stand 371

NOVEDADES Y ACTIVIDADES PARA TODOS LOS GUSTOS

Imposible resumir en dos páginas todas las actividades que se llevarán a cabo en BioCultura Madrid. Las actividades del Showcooking, del Showroom de ecocosmética, de textil y de salud ya aparecen en otras páginas de este mismo diario. Aquí seleccionamos, al azar, algunas de las más curiosas e insólitas y difícilmente clasificables. Por otro lado, destacamos, así mismo, algunas novedades que serán presentadas al público por algunas de las firmas expositoras. El grueso de las actividades de la feria las podéis consultar en www.biocultura.org. Las novedades deberéis ir descubriéndolas estand por estand.

Nunca se da tanto como cuando se dan esperanzas...
Anatole France

En el terreno de lo infantil siempre hay novedades en BioCultura. Para esta ocasión, seleccionamos el último lanzamiento de TaüllOrganics, la firma de ecocosmética certificada que acaba de lanzar "Potxonets". Se trata de unas toallitas impregnadas de árnica y manzanilla que tienen por objetivo aliviar el dolor y bajar la hinchazón en los pequeños por los golpes, tan habituales en los niños de corta edad. "Potxonets" significa "besitos" en el catalán del Pirineo oriental. La firma que dirige Anna Sirvent se inspira en antiguas recetas archivadas por la sabiduría popular en la materia gris del cerebro de abuelitas del Pirineo que han utilizado esas fórmulas, durante toda una vida, para aliviar los diversos tipos de problemas de salud de la población de montaña sin utilizar métodos agresivos. Taüll/Organics estará en BioCultura Madrid con charla y estand para presentar esta novedad y otros productos de ecocosmética certificada y para mostrar las innumerables virtudes de la árnica, que ellos cultivan de forma ecológica en la Vall de Boí. La misma empresa también presentará en la feria su nueva crema cosmética elaborada a partir de la flor edelweiss.

ARTEMIS BIO

Por otro lado, Artemis Bio/Herbes del Molí, una firma alicantina, aprovechará BioCultura Madrid para presentar sus nuevas infusio-

nes en pirámide. Natatxa Enrique, una de las responsables del departamento comercial de la firma, nos ha afirmado que "este nuevo

lanzamiento, que se presenta al público en BioCultura Madrid, responde a las peticiones de demanda por parte de nuestros clien-

tes. El mercado demanda nuevos sabores que sean capaces de satisfacer a públicos diversos". Por otro lado, Natatxa indica que



Las salas llenas de BioCultura dan buena idea del poder de convocatoria de algunos de sus ponentes y del tirón de las temáticas presentadas



Las actividades relacionadas con la salud también son abundantes en BioCultura Madrid



Natatxa Enrique, de Artemis Bio/Herbes del Molí, empresa que lanza en BioCultura Madrid su nueva gama de sabores de infusiones en formato de pirámide...



Una de las cabezas visibles de la firma Akukuna, una firma completamente nueva en BioCultura que trae a la feria su inmejorable textil orgánico

Foto: EcoArchivo

Foto: EcoArchivo

Foto: P. M

Foto: EcoArchivo



MamaTerra, para niños y familias, introduce a los pequeños en el mundo de la ecología mediante el juego y el ocio responsable



Muchas empresas del sector "bio" esperan a BioCultura para presentar sus productos a los profesionales y al público...

“con el formato de pirámides estamos haciendo cosas que ya teníamos en nuestros catálogos de antes, pero hemos incluido nuevos sabores, como el de menta y chocolate (After Mint), la muy recomendable mezcla de hierbas titulada Relax o la Super Antiox que incluye plantas diversas y café verde”. Para concluir, Natatxa señala que “además de estos sabores tan rompedores, hemos sacado en formato de pirámide algunas de nuestras infusiones y mezclas más clásicas, como el Té Sahara o la Frutas del Bosque. La planta en la pirámide se trocea menos y guarda mejor sus cualidades orgánicas y sus principios activos”.

LICORES ALTERNATIVOS

Alternativa 3 lanza también en BioCultura Madrid sus licores elaborados con azúcar de caña ecológico de comercio justo procedente de la cooperativa Manduvirá de Paraguay, con café ecológico de comercio justo de la cooperativa Unión de la Selva de Chiapas, México. Y con té negro Darjeeling ecológico de comercio justo de la coo-

perativa TPI del norte de India. Nos dicen desde la firma que estos lanzamientos sirven “para disfrutar del placer de un buen licor con la tranquilidad que nos da saber que se han elaborado respetando la Naturaleza y a las personas. Para disfrutar con responsabilidad”.

SIN FRUCTOSA

Sinfructosa es una empresa distribuidora de productos para intolerancias alimentarias, especialmente a la fructosa, afectados de IHF (Intolerancia Hereditaria a la Fructosa) y diabéticos. “Nuestros productos”, nos dicen, “se elaboran sin fructosa y algunos de ellos también son compatibles con otras intolerancias. Nuestros productos son orgánicos, sin pesticidas ni conservantes y todo ello sin renunciar al mejor sabor. Somos una empresa dedicada a la distribución de productos sin fructosa ni sorbitol. Queremos ayudar a todas las personas que sufren intolerancia alimentaria a estos azúcares ofreciéndoles productos alternativos sanos y que les permitan seguir disfrutando del sabor dulce de los azúcares”. Es la primera vez que acuden a BioCultura y sus productos

son toda una novedad. Añaden: “Nuestra dedicación no se limita a la comercialización de los productos, también elaboramos dietas y realizamos talleres de cocina para aprender a elaborar alimentos sin estos azúcares de forma sencilla y divertida”.

YO... RESPIRO

Respiro Car Sharing es un proyecto de un grupo de emprendedores sociales de Madrid. La iniciativa nació hace cuatro años como el primer operador de Car Sharing a nivel mundial “carbono neutral”, ya que, como indican sus responsables, “toda nuestra flota de vehículos está formada por modelos de bajas emisiones combinadas con híbridos y eléctricos. Respiro Car Sharing es la alternativa económica, inteligente y sostenible al vehículo privado, cada coche se comparte por una media de 40 personas con un fuerte compromiso en la reducción de emisiones de CO₂ y NOX”. Las emisiones que se producen desde la fabricación de los vehículos y su posterior uso son compensadas por diferentes programas de desarrollo al medio ambiente coordinadas por la ONG Ecodes; por ello, según señalan desde la em-

presa, “Respiro ha conseguido el sello Cero CO₂ y el premio ‘Muévete Verde’ del Ayuntamiento de Madrid. Toda la información complementaria se puede encontrar en la página web www.respiromadrid.es.”

ROPA LIMPIA

Este año, en BioCultura Madrid la presencia de textil orgánico es muy abundante. A la presencia de las firmas habituales hay que sumar que Alicia Sunçais, con su Sunsais EcoFashion Group, tiene un stand por primera vez en BioCultura Madrid en el que se presentan varias firmas y diseñadores de textil orgánico. Por otro lado, hay varias firmas nuevas de textil en la feria: Akukuna, www.akukuna.com; Arroparte, www.arroparteshop.com; Zacatua, www.zacatua.com; Strambotica, www.strambotica.es. BioCultura apuesta fuerte por el textil orgánico. En los próximos años, pasará con el textil lo mismo que ya sucede con la ecocosmética certificada. El mundo “bio” sigue ampliando sus fronteras y le falta mucho, muchísimo, para tocar techo...

Borja Benamargo

ALGUNAS RECOMENDACIONES OCIO Y NEGOCIO EN BIOCULTURA

Jueves 13 noviembre

⌚ 12 h. N111
LABELS FOR YOUR PLANET. BUENO PARA TI, BUENO PARA EL MUNDO
Esther Fernández. Directora de tecnología Social.
Organiza: Quiero salvar el mundo haciendo marketing
www.quierosalvarelmundohaciendomarketing.com

⌚ 14 h. N111
DAÑOS POR LA SOBRECARGA DEL TURISMO MASIVO DE NATURALEZA, Y LA GESTIÓN DEL MEDIO NATURAL
Andrés Revilla.
Organiza: ARBA Madrid

Viernes 14 noviembre

⌚ 17 h. N105
ALIMENTACIÓN NIÑOS: CÓMO DARLES UNA DIETA SANA SIN ENLOQUECER EN EL INTENTO
Gabriela Hernández. Co-creadora de www.vidaentucomida.com y www.amoryapio.com, madre, 6 años de experiencia en crudiveganismo.
Organiza: Vida en tu comida
www.vidaentucomida.com

⌚ 17 h. Sala Colón
CULTIVA TUS REMEDIOS
Mariano Bueno. Divulgador, experto en agricultura ecológica, bioconstrucción y salud natural.
www.casasana.info

Sábado 15 noviembre

⌚ 12 h. Sala N112
COMUNICAR EN VERDE
Antonio Quilis Sanz. Director del digital elmundoecologico.es, diario de la economía sostenible y fundador de tematiq, comunicación / emoción.
Organiza: elmundoecologico.es

⌚ 13 h. N108
PLANTAS AROMÁTICAS Y MEDICINALES ECOLÓGICAS
M^a Dolores Raigón. Doctora ingeniera agrónoma. Catedrática Escuela Politécnica de Valencia y profesora de la Escuela T. Medio Rural y Enología. Presidenta de SEAE.
www.agroecologia.net

Domingo 16 noviembre

⌚ 10'15 h. N112
JORNADA: MEJORAR LA GESTIÓN DE UNA TIENDA BIO EXISTENTE. Dirigido a Profesionales. Ponentes: Pol Picazos, Juan Picazos y Roberto Lepori. Organiza: Biocop Formalinforma. Inscripción previa en: www.biocop.es

⌚ 14 h. N107
BRICOLAJE CON MATERIALES RECICLADOS PARA HUERTAS, TERRAZAS Y JARDINES.
Emilio García Herranz. Monitor de talleres de bricolaje y huertos ecológicos en Espacio Inquietudes. Organiza: Espacio Inquietudes.
www.espacioinquietudes.com

⌚ 17 h. N112
LA CIUDAD QUE QUEREMOS. Inés Sabanés. Coportavoz de Equo Madrid. Organiza: Equo
www.partidoequo.es

COMITÉ DE SELECCIÓN TODO ESTÁ CERTIFICADO

Para que un producto pueda estar presente y ser expuesto en la feria BioCultura tiene que pasar por un proceso de selección llevado a cabo por lo que llamamos el Comité de Selección. Este comité está formado, en parte, por personal de la Asociación Vida Sana, que lleva a cabo las principales funciones de investigación e información sobre los diferentes tipos de sectores presentes en la feria. Por otro lado, además, se cuenta con el asesoramiento externo de profesionales para aquellos casos que presentan más dudas sobre la conveniencia de permitir su presencia en la feria. En cualquier caso, en BioCultura nadie te engañará, no hay gato por liebre. Todo lo de BioCultura es ecológico sí o sí. Ni engaños, ni dudas, ni fraudes...

Es que la verdad no se puede exagerar. En la verdad no puede haber matices. En la semi-verdad o en la mentira, muchos.

Pío Baroja

Las normas definidas por el Comité de Selección, recogidas en el documento "Criterios de participación", no son estáticas. Evolucionan a medida que evolucionan los diferentes sectores, o que la tecnología o la ciencia permiten productos de consumo más sostenibles. La evolución de los criterios de selección y la mejora de la calidad de los productos presentes en la feria es un trabajo paralelo y de retroalimentación entre el Comité de Selección y los expositores. Por un lado el comité incorpora nuevos criterios a medida que las empresas presentan productos cada vez más sostenibles y, por otro, las empresas incorporan productos más sostenibles a medida que evolucionan los criterios de la feria.

Cada uno de los sectores tiene sus características particulares y desde el Comité de Selección se aborda la selección con la mayor objetividad y rigurosidad posible. A modo de ejemplo explicamos brevemente tres de los sectores más importantes de la feria: alimentación, cosmética y textil.

ALIMENTACIÓN, EL BUQUE INSIGNIA

La alimentación siempre se ha considerado el sector más importante de la feria. De hecho, BioCultura nació para promocionar los alimentos ecológicos. La presencia de otros sectores se planteó como la necesidad de dar a conocer otro tipo de bienes de consumo interesantes para el consumidor responsable. Poco a poco esta concepción ha ido cambiando y otros sectores crecen con fuerza dentro de la feria marcando un perfil propio. Sin embargo la alimentación mantiene su protagonismo con-

virtiendo a BioCultura en la mayor feria del estado español del sector de la agricultura ecológica.

BioCultura ha vivido la evolución de la regulación de la agricultura y la alimentación ecológica. En los inicios los productos certificados como ecológicos eran minoritarios. Por eso en la feria se permitía la presencia de producto transformado natural. Evidentemente no estaba certificado y el Comité de Selección se encargaba de valorar los ingredientes y el proceso de elaboración de ese producto. Se trataba básicamente de productos artesanos como el queso, el vino, el aceite o las conservas.

ALGO MÁS QUE REGLAS TÉCNICAS LA ÉTICA TAMBIÉN CUENTA

Además de los criterios específicos de cada uno de los sectores, las empresas han de cumplir con una serie de criterios éticos. Estos se refieren a su política ambiental y social. Por ejemplo, no se aceptan empresas que hayan sido denunciadas por contaminación ambiental, que operen en países con regímenes opresivos, excepto si se trata de comercio justo, empresas que hayan sido sometidas a boicot por causas diversas o que están implicadas en el uso de organismos modificados genéticamente.

En 2013 también se han incorporado criterios relativos a las técnicas de venta y publicidad. No se permite la aplicación de estrategias de venta desleales ni en la feria ni fuera de ella. Ello incluye determinados sistemas de venta muy agresivos, la publicidad engañosa o la omisión de información para favorecer la venta.



Todos los alimentos son ecológicos en BioCultura, sin química y sin modificación genética.



El textil ecológico crece poco a poco en el mercado español y también en BioCultura



La cosmética ecológica avanza dentro y fuera de BioCultura

Foto: Ecoarchivo

Foto: Ecoarchivo

Foto: Ecoarchivo



La cosmética econatural certificada gana peso en BioCultura año a año

A partir de los primeros años del 2000 se consideró que el sector ecoagroalimentario estaba suficientemente maduro y que se podía dar respuesta a los consumidores con productos exclusivamente certificados como ecológicos. Este hecho facilita el trabajo del Comité de Selección ya que se reduce a comprobar que los certificados presentados por el expositor son correctos y están al día. De esta forma ha podido centrar los esfuerzos en otros frentes. Un ejemplo es asegurarse de que los productos utilizados por los expositores para dar degustaciones, como por ejemplo el pan para degustar un aceite ecológico, también es ecológico.

El Comité de Selección se encuentra constantemente con nuevos retos. Un ejemplo actual es el caso de la estevia, que en su forma natural no está reconocida como alimento en Europa y por tanto no puede certificarse como ecológica. O el de los zumos de hierba de trigo que, según la interpretación del reglamento que hacen las diferentes comunidades autónomas, se certifica en unas y en otras no.

En cada caso el Comité de Selección intenta ser lo más justo posible revisando sus propios criterios con el objetivo único de ofrecer al consumidor la opción más saludable y sostenible.

EL "BOOM" DE LA COSMÉTICA ECONATURAL

La cosmética es uno de los sectores que ha experimentado un mayor crecimiento en los últimos años. Las dudas sobre las bondades de muchos de los ingredientes de la cosmética convencional y el aumento de alergias y dermatitis han contribuido a sensibilizar al consumidor. En 2011 la Asociación Vida Sana inicia el proyecto Red Ecoestética para potenciar el uso de la cosmética econatural entre los profesionales e informar a los consumidores. Entre las diferentes acciones del proyecto se organiza en las diferentes ediciones de BioCultura un "showroom" donde los expositores del sector de la cosmética dan a conocer sus productos. El proyecto, que todavía continúa, ha contribuido en gran medida a dar un impulso al sector gracias al asesoramiento y la formación llevada a cabo por emprendedores.

La información generada por la Red Ecoestética también ha ayudado a mejorar los criterios de selección de la cosmética presente en la feria. Actualmente la cosmética se divide en dos sectores: la cosmética certificada por un organismo externo y la cosmética no certificada, que incluye a la mayoría de los artesanos. En este último caso el Comité de Selección revisa los ingredientes de todos

¿QUÉ ES LA COSMÉTICA BIOVIDASANA? BIO.INSPECTA, AVALANDO LO JUSTO Y LO BUENO

En los años 90 la Asociación Vida Sana promovió diferentes bienes de consumo no alimentarios respetuosos con el medio ambiente a través de su aval "Producto Recomendado". Este aval dejó de utilizarse en 2006 pero se siguió apostando por la necesidad de avalar una verdadera cosmética econatural y por ello se desarrollaron las normas de cosmética "Vida Sana".

En 2014 las normas de cosmética Vida Sana pasan a ser la cosmética BioVidaSana con una nueva imagen que pretende darle un nuevo impulso a su difusión y conocimiento por parte de los consumidores; garantizando la trazabilidad e integridad de los productos de cosmética ecológica y natural certificados según esta Norma, a la vez que se permite el acceso al mercado de la pequeña y mediana empresa.

bio.inspecta es la entidad de certificación para la norma BioVidaSana. Fue creada en 1983 y ha estado vinculada desde su fundación con el suizo Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), unos de los centros con más prestigio en la investigación en producción ecológica a nivel mundial. Organic Assignments es una empresa de servicios especializada en producción ecológica y está asociada con Vida Sana y con bio.inspecta para facilitar el control según la Norma BioVidaSana. La colaboración entre la Asociación Vida Sana, bio.inspecta y Organic Assignments tiene como objeto cubrir los diferentes aspectos de apoyo a las personas que quieren dedicarse a la producción y/o venta de productos cosméticos ecológicos o naturales. La certificación está abierta a cualquier tipo de empresa que la quiera solicitar, pero tanto la Norma como los procedimientos de certificación, las tarifas, que son lo más ajustadas posibles, y la cercanía en la comunicación... están pensadas para facilitar que las pequeñas empresas y los artesanos puedan fabricar y vender productos garantizados mediante una certificación por parte de una entidad de reconocido prestigio, como es bio.inspecta.



los productos para asegurarse que corresponden a una verdadera cosmética natural.

TEXTIL, EL RETO DEL FUTURO

El textil es uno de los sectores más complejos de la feria. La industria textil, la del cuero, los tintes, etc., son industrias que utilizan procesos muy contaminantes. A ello se suma la irrupción del algodón transgénico, los tejidos inteligentes que incorporan nanotecnología y los nuevos tejidos obtenidos de plantas como el bambú y la soja. En la industria textil también tiene mucho peso la deslocalización de las empresas a países pobres y la utilización de mano de obra barata en condiciones infrahumanas.

Desde 2006 desde el Comité de Selección se trabaja para promocionar la presencia de algodón ecológico certificado en la feria. Sin

embargo es un sector complejo ya que es una certificación menos conocida y, por el momento, la demanda es menor. Actualmente a las empresas textiles que traen en exclusiva algodón ecológico certificado, la organización de BioCultura les aplica un 20% de descuento en el precio del stand.

Actualmente los criterios del sector textil se basan en criterios ambientales como el uso de tejidos naturales o telas recicladas y en criterios sociales como la producción local y artesana o la proveniente de comercio justo. A corto plazo desde la organización de BioCultura se pretende dar un nuevo impulso al sector facilitando la participación de pequeños artesanos y dando a conocer su trabajo a través de jornadas y pasarelas.

Montse Escutia
Secretaria G. Asoc. Vida Sana

SHOWCOOKING ECOCHefs A TUTIPLÉN

Sin ninguna duda, el Showcooking de BioCultura es una de las actividades paralelas que más éxito tiene, no sólo entre el público general, también entre los profesionales. Es el lugar donde se hace realidad la idea de una cocina sana, sabrosa y sostenible.

El descubrimiento de un nuevo plato es de más provecho para la Humanidad que el descubrimiento de una estrella...

Brillant-Savarin

En BioCultura, se exponen y se venden unas 18.000 referencias en lo que atañe a alimentación certificada. En el Showcooking, esas referencias hacen realidad una cocina, un arte culinario, que es respetuoso con el medio ambiente, con la salud del consumidor y con la salud de los productores. En el Showcooking podrás conocer nuevas o viejas recetas (y degustarlas) elaboradas siempre, y exclusivamente, con productos ecológicos.

DE TODO UN POCO

Las empresas, los pequeños productores, las distribuidoras, los ecochefs, los comités certificadores de las comunidades autónomas... traen al Showcooking sus productos estelares, sus alimentos más redondos, sus recetas más sabrosas. ¿Qué es lo que podrás ver y degustar? Pues de todo un poco. Desde innovadoras recetas ecoveganas (con tofu, seitán, tempe...) a platos tradicionales, desde sabrosos postres sin proteína animal hasta nuevas leches vegetales (de trigo Kamut, por ejemplo, u horchatas elaboradas con sirope de ágave), desde variedades vegetales autóctonas y poco conocidas hasta tapas de relumbrón de ecochefs prestigiosos y conocidos. Siempre, eso sí, como decimos, con productos ecológicos. Muchos de ellos, locales. También se presentan en el Showcooking aceites, vinos, quesos, etc., de gran sabor y virtudes organolépticas que rozan la perfección. BioCultura está para comérsela...

SABOREANDO, SABOREANDO

La famosa frase que cantaba el ya desaparecido Peret... toma forma en el Showcooking de manera emblemática. De lo que se trata, sobre todo, según Juan Carlos More-

no, director técnico de BioCultura, es de que "el público conozca el producto de primera mano y, como ya es una seña de identidad de BioCultura, de la mano del propio productor, empresario, elaborador o creador de la receta". Para Moreno, "es muy importante que se dé este contacto directo entre el productor y el que consume. Ahora, la gente, los ciudadanos, ya no están dispuestos a que les vendan cualquier cosa. Quieren saber de dónde proceden los alimentos, en qué condiciones han sido creados y quién, cómo y cuándo se han producido. Esto crea una relación de fidelidad y de cercanía entre el productor y el consumidor que se mantiene mucho tiempo después. Es un tipo de marketing que no tiene nada que ver con la publicidad engañosa del sector agroalimentario convencional. Aquí no hay gato por liebre. Puedes tocar, ver, saborear..."

SALUD Y SEGURIDAD

Para Núria Olivella, del Comité de Selección de BioCultura, "es preciso remarcar que todos los alimentos que se utilizan en el Showcooking son ecológicos y tienen el aval correspondiente. No sólo los productos 'protagonistas' utilizados; por ejemplo, los huevos, las frutas, las carnes, lo que sea... El resto de los ingredientes, sean secundarios o complementarios, también son ecológicos. Hacemos mucho hincapié en esto y todo el mundo puede estar completamente seguro al respecto". Olivella también señala que "de poco serviría utilizar alimentos ecológicos si no entendiéramos que es muy importante, también, cocinar de una forma saludable. En este sentido, me parecen extraordinarias las recetas de Odile Fernández, por ejemplo, que tienen un gran éxito en el Showcooking. Son recetas para combatir el cáncer y para prevenirlo también. Ya Santa Teresa decía que 'Dios está entre los pucheros'. Habría que añadir que nuestra salud y nuestra enfermedad también están en los fogones".



El chef ecovegano Arturo Castillo, con el coordinador del Showcooking (Luis Márquez, (Ecochef España) vestido de blanco), en BioCultura Bilbao, presentando los productos de quinoa negra de la firma El Oro de los Andes...



El Showcooking, en cualquiera de las "bioculturas" donde se lleva a cabo, siempre se llena. Es una de las actividades de la feria de más éxito...



Al público, muy variopinto, le gusta conocer nuevas recetas con productos ecológicos, sean de origen animal, vegetal, frescos, elaborados, etc.

Foto: Pablo Mendoza

Foto: Pablo Mendoza

Foto: Juan Miguel Morales



En el Showcooking también se llevan a cabo catas, seguidas por el público y por los profesionales con gran interés...

COCINA CRUDÍVORA

Pero, para cocinar, no siempre hacen falta fogones. De hecho, una de las tendencias que más adeptos gana en BioCultura, y fuera de la feria, es la cocina crudívora, elaborada casi prácticamente en ausencia de proteína animal y nunca a más de 40 grados. Para Gabriel Parra, del Departamento de Logística de BioCultura, “la cocina crudívora y la cocina vegana no son incompatibles con los alimentos ecológicos sino todo lo contrario. Son formas de cocinar y de alimentarse que siguen cada vez

más personas, sea de una forma total o esporádica. Llamamos mucho la atención de personas jóvenes y no tan jóvenes. Es una forma de alimentación muy ecológica porque ahorra mucha energía en diversos aspectos”. Por otro lado, Gabriel también destaca que “el Showcooking también es el lugar ideal para que el público conozca recetas de productos sin gluten, para diabéticos, para alérgicos a la lactosa... Salud y sabor no son opuestos. El Showcooking demuestra que se puede uno alimentar de una forma sana y dándole gusto



En el Showcooking, las firmas y entidades certificadoras traen a chefs conocidos para que preparen las recetas con sus productos...

también al paladar”. Cerraremos diciendo que, además, el Showcooking de BioCultura también sirve, como rematan desde la organización de la feria, “para presentar formas de cocinas al vapor o utensilios de cocina saludables

que nos permitirán alimentarnos de la forma más sana y gustosa sin miedo a estar utilizando productos peligrosos para nuestra salud”.

Toni Cuesta

**ALGUNAS RECOMENDACIONES
SALUD, SABOR Y SOBERANÍA EN LOS FOGONES**

Jueves 13 noviembre

⌚ 17'30 h. Showcooking
ALIMENTACIÓN INTELIGENTE
EcoChef España

⌚ 18'30 h. Showcooking
PROPIEDADES Y CULTIVO DE LA HIERBA DE TRIGO
Chef: Andreu Garasa.
Organiza: clorofeeling. www.clorofeeling.com

Viernes 14 noviembre

⌚ 12'30 h. Showcooking
LA COCINA DE LA REGIÓN DE MURCIA: RECETA TÍPICA
Chef: Juan A. Pellicer.
Organiza: Consejo de Agricultura Ecológica de la Región de Murcia. www.caermurcia.com

⌚ 14'30 h. Showcooking
SHOWCOOKING PARA LA FERTILIDAD. Sergio Fernández, Chef y Virginia Ruipérez. www.fertilidadnatural.org

Sábado 15 noviembre

⌚ 12 h. Showcooking
CÓMO CUIDAR EL APARATO DIGESTIVO. Patricia Restrepo.
Restaurante Kimpira. Organiza: La Finestra sul Cielo
www.lafinestrasulcielo.es / www.patriciaestrepo.org

⌚ 17 h. Showcooking
COCINANDO ENTRE EL CIELO Y LA TIERRA. Pascual Laza.
Natural Chef. Unión Vegetariana Española (U.V.E.).
www.unionvegetariana.org

Domingo 16 noviembre

⌚ 13'30 h. Showcooking
PASTEL DE QUINOA CON SETAS Y LOMBARDA AL TOQUE DE VINO TINTO (equilibra el estado anímico y aporta un elemento de tierra para toda la familia)
Arturo Castillo. Chef, cocina ayurveda, crudivegana y macrobiótica. Organiza: El Oro de los Andes

⌚ 16'30 h. Showcooking
LA COCINA VITAL DEL COLOR (patés y cremas vegetales). Simón Sistiaga, chef. Organiza: Zuaizpe Centro de Salud Vital

COSMÉTICA “BIO” CERTIFICADA/SHOWROOM UN ASCENSO IMPARABLE

La cosmética orgánica sigue su rumbo al alza sin demora. En BioCultura, el incremento de la presencia de expositores y profesionales de la cosmética ecológica y la higiene orgánica también ha sido más que notable en los últimos años. Por otro lado, la Plataforma Ecoestética sigue sin pausa con sus acciones en pro de la promoción de la cosmética econatural, de la que es reflejo el showroom de BioCultura. Pablo Bolaño hace un repaso a la situación.

La belleza es ese misterio hermoso que no descifran ni la psicología ni la retórica
Jorge Luis Borges

Cada vez son más las personas que se dan cuenta de que los productos de belleza y de higiene convencionales, como perfumes o champús, bronceadores o tintes para el cabello, pueden ser peligrosos para la salud personal y también para el medio ambiente. De la misma manera, un grupo cada vez más numeroso de consumidores se ha dado cuenta de cómo las empresas grandes juegan con una publicidad fraudulenta para engañar a la ciudadanía sobre el presunto “verdor” de geles, detergentes, colonias, etc. De ahí que, una vez que la alimentación ecológica ya se ha asentado, al menos entre un sector de la población, ahora son otros subsectores los que empiezan a crecer, y entre ellos el de la eco-cosmética certificada se lleva la palma. El incremento de establecimientos incluye el que haya cada vez más tiendas especializadas en productos ecológicos exclusivamente. Recientemente, tormo.com, una revista que analiza tendencias en el comercio, certificaba que “el subsector de la cosmética ecológica no deja de crecer”. Por un lado, porque cada vez hay más tiendas y empresas productoras y distribuidoras. Y, por otro lado, porque grandes firmas crean líneas especializadas en este ámbito. Son las respuestas a una demanda cada vez mayor...

LA PRESENCIA DE LA COSMÉTICA EN BIOCULTURA CIFRAS DEL AYER Y CIFRAS DEL FUTURO

El 23 de octubre de 1985 fue inaugurada la primera edición de BioCultura en la Casa de Campo de Madrid. En aquel momento, BioCultura tenía 40 expositores. Ninguno de ellos dedicado a la cosmética ecológica certificada. Sólo, algún jabón artesanal, más o menos. Hoy, en la última edición de BCN, había casi 20 firmas, y la cifra sigue ascendiendo. En 10 años más, BioCultura no se entenderá sin la presencia de las firmas de ecocosmética natural y su mercado en ascensión no podrá darse sin el apoyo de ferias de productos ecológicos, donde se concentra la oferta y la demanda de un mundo en plena transformación.

TIENDAS Y OTROS ESTABLECIMIENTOS

La cosmética ecológica está cada vez más presente en casas de consumidores. Pero también lo está en peluquerías, spas, salones de belleza, gimnasios, centros de yoga, centros de masajes, etc. Y no sólo para mujeres. Al mismo tiempo, los productos de limpieza



La cosmética ecocertificada genera un cada vez mayor volumen de negocios, dentro y fuera de BioCultura y el público está encantado con los nuevos productos que van lanzando las firmas y que presentan en la feria



BioCultura crea una relación estable entre el consumidor final y la marca, fideliza al cliente



Las diferentes firmas de ecocosmética certificada saben que BioCultura representa una inmejorable forma de llegar a su público. En la foto, Rosa Flo, Naturcosmética

ecológicos también han entrado a formar parte de la oferta de casa rurales conscientes, casas de reposo higienistas, restaurantes, hoteles, tiendas “bio”, espacios institucionales, oficinas de ONG’s, teterías, etc. Es un camino sin retorno, por una vez afortunadamente. Al mismo tiempo, las grandes capitales y muchas otras poblaciones no tan grandes ven cómo se emultiplican las tiendas especializadas en cosmética ecológica. Otras tiendas grandes, y grandes establecimientos, dedican cada vez más espacio a este subsector.

PLATAFORMA ECOESTÉTICA

Montse Escutia, de Vida Sana, nos dice. “La Red Ecoestética es un proyecto de la Asociación Vida Sana iniciado en 2011 gracias al programa Empleaverde de la Fundación Biodiversidad y cofinanciado por el Fondo Social Europeo. El proyecto tiene como objetivo potenciar el uso de la cosmética econatural entre los profesionales. La idea de llevar a cabo el proyecto parte de BioCultura donde el contacto con las empresas del sector de la cosmética sirvió para detectar cuáles son las principales dificultades del sector. A partir del proyecto se ha podido asesorar, formar y acompañar a emprendedores interesados a iniciarse en este sector. Muchos de ellos utilizan actualmente BioCultura para dar a conocer sus productos”. Y sigue; “Desde 2011 el proyecto Red Ecoestética organiza un showroom en el espacio de exposición de la feria para que los profesionales y los consumidores puedan conocer de primera mano los diferentes productos de cosmética econatural. También se aprovecha la feria para llevar a cabo las reuniones de la Red ya que es un espacio de encuentro entre empresas, profesionales y consumidores. Gracias a la Red Ecoestética el sector de la cosmética econatural ha experimentado un fuerte crecimiento en las últimas ediciones de BioCultura, a la vez que la feria es el principal canal de difusión de Ecoestética”. Para ver la programación de este año del showroom de la plataforma, consultad la guía de actividades en www.biocultura.org

“MADE IN SPAIN”

Cada vez más ecoemprendedores eligen el campo de la ecocosmética para desarrollar sus actividades. Tanto en España como en el extranjero. Una de las firmas españolas más notables es Taller Amapola, con Ana Isabel de Andrés al frente. Ella nos comenta: “Empezamos nuestra actividad productiva en 2004, pero ya mucho antes me especialicé en plantas medicinales y sus aplicaciones cosméticas. Cuando empecé a formular me interesaron sobre todo las materias primas vegetales más puras y de ahí mi interés por el cultivo ecológico. En 2009 conseguimos nuestra certificación IMO-VidaSana, que acredita todos nuestros productos”. También asegura que “los consumidores cada vez están más sensibilizados respecto a los pro-



Montse Escutia y Marga Roldán, cabezas visibles de la Red Ecoestética



La cosmética ecocertificada es uno de los subsectores que más crece dentro y fuera de BioCultura

ductos que consumen, y apuestan por invertir en calidad y productos seguros, libres de sustancias tóxicas y dañinas para la salud y el entorno. “Sobre BioCultura, añade que “es la feria de referencia del sector. Sin duda acerca a consumidores y productores de productos ecológicos, dando una respuesta a las personas que buscan alternativas de consumo en todo el estado”.

ALEMANIA, LÍDER EN CONSUMO

La cosmética natural certificada en Alemania presenta una cuota de mercado actual líder en Europa del 5,6%. La introducción de marcas naturales en los establecimientos habituales de compra de productos de higiene y cosmética favorece el acceso a estos nuevos productos, que ya adquiere 1 de cada 5 alemanes, especialmente el sector a partir de los 60 años, según www.exportmadrid.com. Según el mismo portal, “estos productos se pueden encontrar tanto como opción alternativa a precios reducidos en establecimientos de descuento o bien como productos de lujo en el sector especializado, si bien las droguerías constituyen el principal lugar de compra, ya que cuentan con marcas propias. El comercio especializado biológico y las herbolisterías suman el 37% de la participación en el mercado”. La cosmética natural ecocertificada representa todavía un segmento minoritario de consumo en España si comparamos nuestras cifras con las del mercado alemán. Sin embargo, los estudios confirman una gran tendencia de crecimiento en los próximos años: el 15% frente al 5% global de los restantes productos convencionales de cuidado personal, según fuentes de www.innovacion.gob.es. Los productos en expansión que no tienen grandes campañas de marketing en TV encuentran en ferias, y otros tipos de mercadotecnia asociadas, según diferentes especialistas, adecuadas maneras de llegar al público. “Las ferias provocan una relación entre productor y consumidor que va más allá de la transacción económica que se lleva a cabo en la propia feria, fidelizan al cliente”, añade la citada Montse Escutia. Además, la presencia en ferias garantiza la presencia directa o indirecta en *mass media* y redes sociales, lo que a su vez multiplica el conocimiento de los productos entre el público.

Pablo Bolaño

ALGUNAS RECOMENDACIONES PONTE GUAPO/A EN NUESTRO SHOWROOM

Jueves 13 noviembre

ⓐ 15 h. N109
LA CALIDAD EN LOS ACEITES DE SEMILLA
María Kaiser. Ingeniera agrónoma, especialista en materias primas ecológicas.
Organiza: All Organic Trading
www.aot.de

ⓐ 18'20 h. Showroom ecoestética
SÁPER, 10 TRUCOS PARA ELEGIR TU COSMÉTICA ECOLÓGICA



Viernes 14 noviembre

ⓐ 12 h. N111
PROTECCIÓN SOLAR, MANCHAS Y CÁNCER DE PIEL: TODA LA VERDAD
Anna dal Passo: Responsable información científica de Biocenter Distribución, Grupo GreenProject.
Organiza: Biocenter Distribución Green Project.
www.biocenter.es

ⓐ 15 h. Showroom ecoestética
LA ESPIRAL VERDE - EL MARAVILLOSO PODER DE LAS ALGAS



Sábado 15 noviembre

ⓐ 11'15 h. N111
PROTECCIÓN SOLAR SIN FILTROS QUÍMICOS
Ana Isabel de Andrés Hermoso. Farmacéutica y cosmetóloga, directora técnica de Amapola Biocosmetics.
Organiza: Amapola Biocosmetics
www.amapolabio.com

ⓐ 12'15 h. N111
EL OZONO EN COSMÉTICA NATURAL
Miriam D. Díaz. Fitoterapeuta.
Inmaculada Moreno. Diplomada en Farmacia.
Organiza: Jara 10, SL Vivencia Natural Skin Care.
www.vivenciaskin.com

Domingo 16 noviembre

ⓐ 17 h. N107
ELABORAR COSMÉTICA ECOLÓGICA EN CASA ES FÁCIL
Pamela Picatoste. Profesora de cosmética natural con 10 años de experiencia.
Organiza: El Espíritu del Bosque-Escuela del Buen Hacer
www.espiritusbosque.es

ⓐ 17 h. N109
LA BELLEZA A TRAVÉS DE LA AROMATERAPIA. DESCUBRE EL PODER DE LOS ACEITES VEGETALES Y ESENCIALES PARA EL BENEFICIO DE TU PIEL. Sandy García Denis. Aromatóloga y coordinadora del movimiento Slow Cosmétique España.
Organiza: Terpenic Labs.
www.terpenic.com

BIOCONSTRUCCIÓN

OTRAS FORMAS DE CONSTRUIR

Cuando BioCultura nació, hace ahora treinta años, en la primera feria no había prácticamente ninguna empresa que se dedicara a la bioconstrucción ni a nada parecido. Hoy, tres décadas después, las nuevas formas de construir que representan sostenibilidad para el medio ambiente y salud para los moradores de los hogares ganan peso dentro y fuera de BioCultura.

Trabajar con amor es construir una casa con cariño, como si vuestro ser amado fuera a habitar en esa casa.

Khalil Gibran

Reciben el nombre de bioconstrucción los sistemas de edificación o establecimientos de viviendas o cualquier tipo de edificios realizados con materiales de bajo impacto ambiental, reciclados o altamente reciclables, o extraíbles mediante procesos sencillos y de bajo costo como, por ejemplo, materiales de origen vegetal y biocompatibles. Pero la bioconstrucción no es sólo eso. Es mucho más. Un edificio bioconstruido tiene que ser completamente saludable para los que vivirán, trabajarán o pasarán el tiempo allí por la razón que sea. Además, un hogar o edificio bioconstruido tiene que ser bioclimático. Es decir, tiene que ahorrar la mayor cantidad de energía posible y la que se utilice... tiene que ser eficaz y eficiente (y, si puede ser, de origen renovable y descentralizada).

TRADICIÓN Y TRANSGRESIÓN

Para Pablo Farfán, un especialista en estos temas, “la bioconstrucción es la construcción responsable que utiliza materiales saludables y que no dañan al medio ambiente, recuperando técnicas tradicionales e incorporando las tecnologías más recientes para diseñar edificios adaptados al clima, al lugar y a sus habitantes. Utiliza materiales biológicos, naturales y transpirables frente a los derivados del petróleo e incorpora sistemas bioclimáticos como los invernaderos, la geotermia, los muros Trombe o la masa térmica para climatizar la vivienda. También contempla el tratamiento de los residuos producidos en la vivienda y las fuerzas electromagnéticas que le afectan”. En los primeros años, la bioconstrucción se asociaba con movimientos sociales muy alternativos. Hoy, hasta despachos de arquitectos muy conservadores incorporan en sus principios parte de la ecosofía propia de la bioconstrucción.

TODO TIPO DE VIVIENDAS

“¿Por qué una vivienda ecológica es mejor? Con las casas y materiales ecológicos las emisiones de CO₂ disminuyen al tiempo que ahorramos dinero y cuidamos nuestra salud y la del planeta. ¿Se puede compatibilizar un hábitat sano y natural con una vivienda moderna adaptada a nuestras necesidades? Las viviendas ecológicas lo hacen posible al ofrecer los mismos adelantos y comodidades que las convencionales, y al aportar muchas ventajas añadidas que también repercutirán en un ahorro económico: materiales más sanos, mayor ahorro energético mediante diseños bioclimáticos, y menor daño ambiental”, ha escrito David Hammerstein. También al principio, se asociaba bioconstrucción con casas rurales, rústicas, poco “cómodas” y poco “funcionales”. Hoy, sin embargo, todo el mundo tiene claro que una casa bioconstruida puede ser, al mismo tiempo, moderna, funcional, cómoda y dotada de los servicios de que dispone cualquier casa



Diferentes empresas traen a BioCultura todo lo necesario para la bioconstrucción...



Las casas de madera pueden ser tan confortables como cualquier casa convencional. Son fáciles y baratas de construir. En la foto, un módulo de casa de madera en BioCultura

Foto: Ecoarchivo

Foto: Ecoarchivo



Foto: Ecoarchivo

Materiales para construir de la forma más sana y sostenible, presentes en stands de BioCultura...



Foto: Ecoarchivo

La bioconstrucción conlleva la conciencia y la salud en todos los detalles. Por ejemplo, para pintar las paredes, sólo pinturas ecológicas con tintes naturales, ya que las pinturas convencionales despiden vahos tóxicos

EN BIOCULTURA

La bioconstrucción ha pasado de ser prácticamente inexistente, a tener una presencia notable en estos treinta años de feria. Por un lado, cada vez más abundan en la feria los expositores que son: despachos de arquitectos, empresas de pinturas ecológicas, firmas de materiales de construcción, ecoemprendedores que vienen con sus casas por módulos bioconstruidos... Así mismo, en las actividades paralelas de la feria, se multiplican las charlas sobre bioconstrucción en general, los talleres sobre balas de paja, los documentales sobre ecoaldeas, las ponencias sobre el adobe... Mucha gente joven en este tipo de actividades. Muchas iniciativas dirigidas a personas que se autoconstruyen su propia vivienda. BioCultura es el espejo donde se refleja un subsector del mundo "bio", el de la bioconstrucción, que está en pleno auge y expansión.

Esteban Zarauz

convencional. Dicho de otro modo, en una casa bioconstruida no hace falta pasar calor en verano. La diferencia radica en que la refrigeración es natural mediante un diseño bioclimático. Sólo es un ejemplo.

TONI MARÍN

Toni Marín, otro experto de aquí y director de "EcoHabitar", dice: "¿La evolución de la bioconstrucción en España? Muchos lo veíamos... que iba a seguir un camino ascendente, que iba a acabar implantándose. Era algo que tarde o temprano caería por su propio peso. Que todas las personas necesiten una vivienda digna, que debe ser así en todo el planeta, no significa que algunas tengan un montón y se utilicen para especular. La bioconstrucción busca racionalizar los recursos, los materiales y el suelo. No podemos considerar una vivienda como ecológica si está realizada con materiales ecológicos importados del norte de Europa, pongamos por ejemplo. La bioconstrucción busca materiales inocuos, con poca huella ecológica y lo más cercanos posible para construir edificios saludables y adaptados al entorno. El sector convencional se va acercando, poco a poco, hacia una edificación del sentido común".



Foto: Ecoarchivo

Casa rural bioconstruida

**ALGUNAS RECOMENDACIONES
CONSTRUYENDO UN FUTURO DIGNO**



Jueves 13 noviembre

⌚ 12 h. N108
CÓMO SE VIVE EN UNA CASA BIOPASIVA, SIN CONSUMO ENERGÉTICO.
Gorka Elorza Etxebarria. Arquitecto.
Organiza: 100x100 madera
www.100x100madera.com

Viernes 14 noviembre

⌚ 18 h. Sala Colón
ARQUITECTURA ORGÁNICA EN HUNGRÍA, NORUEGA Y ESPAÑA: ARQUITECTURA PARA EL ALMA.
Petra Jebens-Zirkel. Arquitecta. Presidenta del Instituto Español de Baubiologie (IEB).
Organiza: Instituto EcoHabitar. Instituto Español de Baubiologie (IEB).

Sábado 15 noviembre

⌚ 10 h. a 19 h. h. N110
JORNADA DE MATERIALES EN LA BIOCSTRUCCIÓN. Inscripción previa (6€):
en: gestion@ecohabitar.org
Organiza: Instituto EcoHabitar. Colaboran: Asociación Vida Sana, Asociación Ecómetro, SATT, Biocó, ISMANA, Fundación para la Salud Geoambiental.



Domingo 16 noviembre

⌚ 12 h. N111
BIOCSTRUCCIÓN: DEL MURO CICLÓPEO A LA CONSTRUCCIÓN PREFABRICADA
José Luis Aranda. Experto en bioconstrucción y construcción prefabricada ecológica.
Organiza: Asociación de Estudios Geobiológicos GEA.
www.geobiologia.org



TURRÓN MASSAXUXES LA CALIDAD ANTE TODO

Montse del Cacho y Marta Coll son las dos responsables de una pequeña empresa que elabora turrónes artesanos de Xixona. La marca existe desde hace 130 años bajo el nombre de Antonio Pla Ferrándiz. Desde hace tres años, sin embargo, estas dos amantes de la Naturaleza y ecoactivistas conscientes le han querido dar un nuevo giro al negocio tradicional familiar llevando al terreno "bio" el turrón de toda la vida. Esteban Zarauz habló con Montse en BioCultura Bilbao y ustedes encontrarán sus productos en BioCultura Madrid, que se celebra en las fechas ideales para adquirir el turrón navideño. Ahora tiene un nuevo emblema, MassaXuxes. Pero es el mismo estilo de siempre, sólo que en ecológico. Son nuevos tiempos y Montse y Marta tienen las cosas muy claras...

LA EVOLUCIÓN

-Explicadnos cómo ha ido evolucionando la empresa hasta el sector ecológico...

-La marca de turrónes Antonio Pla Ferrándiz existe desde hace 130 años. Hace ocho años que empezó con la elaboración de turrónes ecológicos que, desde hace 3 años, se comercializan bajo el título MassaXuxes, una empresa que solamente elabora turrónes ecológicos.

-¿Por qué esta deriva hacia lo orgánico?

-Por convicción personal. Siempre hemos sido consumidoras de ecológico. Nos conocimos estudiando Biología. Queríamos hacer algo en orgánico por conciencia personal. Éramos dos amigas que tenían claro hacia dónde tiene que ir el futuro en alimentación. Y, claro, yo soy la quinta generación de una familia de turróneros tradicionales. Era un paso natural. Sólo tenía que hacer lo que había elaborado la familia desde siempre, pero con ingredientes ecológicos.



Montse del Cacho y Marta Coll, entusiastas con sus turrónes ecológicos y tradicionales

Foto: P. Mendoza

LA PRODUCCIÓN TRES TIPOS

MassaXuxes produce tres tipos diferentes de turrón

- Xixona blando
- Alicante duro
- De chocolate negro con almendras

Los turrónes de la empresa son de una calidad indiscutible



Foto: Pablo Mendoza

LA JUVENTUD TOMA EL RELEVO

-¿Cómo se lo tomó la familia?

-Pues requetebién. Mis padres siempre han sido también consumidores de ecológico. Era un paso natural, como ya digo. Ha sido normal que ese paso lo acabáramos dando los más jóvenes de la familia.

-¿Dónde se puede encontrar este turrón tan sabroso y exquisito?

-En dos tipos de tiendas. Establecimientos de productos ecológicos y, por otro lado, tiendas gourmet.

-¿En qué territorios los distribuís?

-Principalmente por Catalunya, Madrid y el norte peninsular. Distribuimos donde podemos, no hay grandes secretos. La intención es ampliar poco a poco las zonas de distribución. Hoy por hoy, somos una empresa muy pequeña. Priorizamos la calidad a la cantidad.

-¿Qué cantidad de turrón producís cada año?

-Ya te digo que somos una empresa chiquita... Unos dos mil kilos al año. Llegamos donde llegamos.

Foto: P. Mendoza

CONSUMO ESTACIONAL

-El consumo de turrón es muy estacional...

-Sí, aquí sí. Lo que vendemos lo vendemos en las épocas de consumo tradicional de turrón y vendemos muy poco fuera de esos momentos del año. Por eso vamos a intentar vender dentro de poco también en el sur de Francia, porque allí el turrón se consume durante todo el año y, como está a poca distancia, no implica demasiadas emisiones de CO₂.

-Háblanos de las diferencias entre el turrón ecológico y el convencional...

-A ver... Primeramente hay que diferenciar, valga la redundancia, entre un turrón tradicional de calidad y un turrón de supermercado normal de gama media o baja. Entre esos dos turrónes, las diferencias organolépticas son notables. Entre dos turrónes de calidad, uno ecológico y uno convencional, no hay prácticamente diferencias organolépticas, de sabor, la calidad es alta en los dos. Las diferencias están en todo lo que atañe a la salud: pesticidas en los cultivos, conservantes, antibióticos, etc.

Esteban Zarauz



Un momento del stand de BioCultura Bilbao de la firma MassaXuxes



EC  ticias.com
3.500.000 visitas/año



Si cuidas tu alimentación,
cuida tus complementos.
¡COMPLEMENTOS BIO!



www.elgranero.com

cúrcuma bio, shiitake bio, ginkgo + vid roja bio, maca bio, ginseng bio,
guaraná bio, própolis bio, jengibre bio, cranberry bio, chlorella bio,
spirulina bio, harpago bio y baobab bio

EL HORNO DE LEÑA MÁS DE TRES DÉCADAS DE TRABAJO

Emilio Fuertes es uno de los responsables de El Horno de Leña, una de las firmas clave para comprender el mundo de la alimentación ecológica en nuestro país. Juan Carlos Moreno charló con él y juntos repasaron más de tres décadas de trabajo en el movimiento “bio” español. El Horno de Leña estará en BioCultura Madrid para presentar sus novedades de hogano.

-¿Cuáles fueron los orígenes de El Horno de Leña?

-El Horno de Leña se funda en 1980, hace 34 años, en el seno de una familia abulense comprometida con el sector de la panadería. Ilusionados al observar cómo una alimentación natural e integral nos ayudaba y mejoraba nuestro estado de salud, decidimos crear nuestra empresa para hacer llegar al máximo de personas lo que hasta entonces era difícil de encontrar en el mercado, pan completo molido a la piedra con toda su fibra y nutrientes (alimento básico en nuestra dieta diaria).



Pan con semillas de amapola, una de las especialidades de la empresa



Emilio Fuertes, uno de los responsables de El Horno de Leña

EN LA CALLE AMPARO

-¿Cuál ha sido la evolución en estos años?

-Los inicios (basados en una ideología integral, natural y artesana) se remontan a la calle Amparo de Madrid, donde, en una pequeña panadería, elaborábamos, además del pan convencional, pan integral. Ante la necesidad del mercado, dirigimos nuestros esfuerzos a la elaboración de productos integrales. Luego, al diversificarse y crecer este sector, creímos necesario ampliar nuestra gama con nuevos productos que, además de ser integrales, respetaran el medio ambiente, y nació así nuestra “Línea de Productos Procedentes de Agricultura Ecológica”. La elección fue un acierto, y actualmente contamos con unas instalaciones de más de 1.500 m² y 40 trabajadores, planta propia de envasado de cereales, productos apícolas y dietéticos.

-¿Cuál es el valor diferencial de El Horno de Leña dentro del sector al cual se dirigen?

-La elaboración de productos a base de ingredientes ecológicos certificados que garantizan la procedencia biológica de las materias primas... Todo ello... añadido a una fabricación artesanal, en muchos casos manual, ha logrado que podamos ofertar productos exclusivos. Nos hemos hecho nuestro hueco en el merca-

do y el consumidor conoce bien nuestros productos.

PLANES DE EXPANSIÓN

-¿Cuáles son los planes en cuanto a la política comercial que seguirá El Horno de Leña a corto y medio plazo?

-Nuestra política comercial va asociada a una estrategia integral de desarrollo con equidad. A nivel nacional estamos estableciendo una importante red comercial con empresas asentadas, muy introducidas y con larga trayectoria en nuestro sector. A nivel internacional hemos realizado acciones comerciales en Alemania, Dinamarca y otros países europeos. Ya tenemos bastante avanzadas las negociaciones para comenzar la distribución más allá de nuestras fronteras.

-Para una empresa como la suya, ¿qué representa la participación en ferias como BioCultura? ¿Ve que sean importantes para aumentar el conocimiento y el consumo interno?

-Para El Horno de Leña la participación en BioCultura es clave. Es una herramienta que nos permite presentar innovaciones, nuevas referencias y poder mostrar a nuestros clientes el total de nuestra oferta, con un contacto personal y directo. La feria nos ofrece la oportunidad de llegar a nuevos clientes, además de la posibilidad de conocer los productos de nuestros competidores.

LAS NECESIDADES ¿PARA CUÁNDO EL “BOOM” ESPAÑOL?

-¿Qué necesita nuestro país para que se dé el anhelado “boom” en el consumo “bio”?

-1º Que el consumidor tenga una idea clara de lo que realmente es un alimento ecológico. 2º Que la oferta en ecológico cubra las expectativas, las tendencias y las necesidades de los consumidores de igual manera que lo hacen los productos convencionales. 3º Que los productos ecológicos entren en la gran distribución.

LOS CAMBIOS

-¿Qué diferencias ve en el perfil del consumidor en estas más de tres décadas de trabajo?

-El perfil del consumidor ha cambiado. Hoy en día en su mayoría son mujeres y personas jóvenes, prefieren consumir productos locales, se fían poco de las marcas en general e intentan abastecerse de productos elaborados por empresas responsables y respetuosas con el medio ambiente. El consumidor se siente atraído por los productos de comercio justo.

-¿De qué manera cree usted que está afectando la crisis al sector “bio”?

-Nuestro sector, por suerte, se ha mantenido muy estable frente a la crisis, de hecho en estos momentos España ocupa los primeros puestos de las exportaciones mundiales de productos ecológicos y el consumo nacional de alimentos orgánicos está teniendo unos incrementos del orden del 10% anual.

DISTRIBUCIÓN Y NOVEDADES

-¿Cómo será la distribución de alimentos biológicos en los próximos años?

-Además del canal minorista especializado (herbolarios, centros dietéticos, tiendas especializadas), estamos asistiendo a una expansión importante del comercio online que oferta una amplia gama de productos y una agilidad impensable hace años en su servicio. La gran distribución será quien más crezca en la oferta de productos ecológicos.

-¿Qué novedades tienen previsto presentar próximamente?

-Estamos desarrollando una nueva línea de galletas en las que eliminamos las margarinas y el azúcar, para empezar a utilizar aceites vírgenes de oliva y de girasol y siropes de agave ecológicos. Esto nos posibilita ofrecer galletas cardiosaludables que ayudan a nuestro organismo a conservar la salud.

Juan Carlos Moreno
Director Técnico BioCultura

FERTILIDAD

UNA JORNADA PARA LA CONCEPCIÓN

La fertilidad de nuestra especie, tanto en hombres como en mujeres, decae a pasos agigantados. Detrás de la esterilidad se encuentran los productos químicos tóxicos, el estrés, ciertos hábitos cotidianos... Una jornada en BioCultura Madrid, coordinada por la experta Virginia Ruipérez, nos da las claves para volver a fertilizar nuestros cuerpos de la manera más natural posible.

La especie humana es cada vez más estéril. Los estudios sobre la vitalidad de los espermatozoides son alarmantes. En pocas décadas, la fuerza de los espermatozoides humanos ha caído hasta cifras extremadamente graves. Lo mismo pasa con la fertilidad de las mujeres. Parece como si existiera un complot contra la fertilidad, pues lo que ocurre con nuestra especie es un reflejo de lo que también está pasando en la

Tierra, a un nivel global. Hasta las poblaciones de abejas se están extinguiendo, y, sin abejas, no hay polinización y, por tanto, no hay reproducción vegetal y, por ende, no hay alimentos para los demás habitantes del planeta.

VIRGINIA RUIPÉREZ

El programa que ha propuesto Virginia Ruipérez, una de las más prestigiosas especialis-

tas en fertilidad natural en el estado español, es variado y completísimo. La jornada incluye ponencias muy diversas con el fin de que aprendamos a fertilizar nuestros cuerpos de manera totalmente natural. Medicina china, hipnofertilidad, dietas antiesterilidad, feng shui procreador, fertilidad yóguica... Recomendamos estudiar bien el programa para que nadie se pierda nada. La jornada no sólo

va destinada a aquellas personas o parejas que quieran sustituir por medios naturales los procesos artificiales que propone la medicina alopática, sino también a profesionales de diversas disciplinas y sectores que quieren profundizar en la fertilidad natural. (Adjuntamos la hoja de ruta completa en el apartado).

María González



La fertilidad humana está cada vez más en declive



Muchas parejas tienen que recurrir a medios artificiales para poder tener hijos

JORNADA DE FERTILIDAD NATURAL LA LUCHA CONTRA LA ESTIRILIDAD

Viernes. 14 de Noviembre. Sala N108

10 h. Medicina china y acupuntura: recurso para optimizar la fertilidad. Belén Gallego, licenciada en psicología y acupuntura, especializada en fertilidad, miembro de "Fertilidad Natural".

11h. Hipnofertilidad: Prepara tu mente para optimizar tu fertilidad. Sonia Navajo, licenciada en psicología y master en hipnosis ericksoniana.

12h. Salud medioambiental y fertilidad, la química que nos esteriliza. Carlos de Prada, periodista experto en salud ambiental.

12'45h. Campos electromagnéticos factores de riesgo en fertilidad. Fernando Pérez Fernández, experto en contaminación por campos electromagnéticos y bioconstrucción.

13'30h. Geobiología, Feng shui y fertilidad. Rosana Arroyo, licenciada en bellas artes,

graduada en Feng shui ambiental y personal, radioestesia y alquimia del feng shui.

14'30h (en sala Show Cooking) Show Cooking para la fertilidad con el chef Sergio Fernández y Virginia Ruipérez.

16h. El yoga para la fertilidad. Yolanda Caballero, doula, profesora de yoga fertilidad, prenatal y postnatal, directora de Luznatal, miembro de "Fertilidad Natural".

17h. Los beneficios de los grupos de apoyo emocional a la fertilidad. M^a Ángeles Urrea, licenciada en psicología, terapeuta familiar y de pareja, especializada en psicología aplicada a la reproducción asistida.

Acompaña los grupos de Apoyo "Acompañándote" de Fertilidad Natural.

17'30h. Afirmaciones positivas para la concepción. Carolina de Dobrzynski. Doula especializada en fertilidad.

18h. Nutrición fértil. Virginia Ruipérez, medicina naturista, especializada en fertilidad humana, creadora y directora de "Fertilidad Natural". Escritora del libro: "Fertilidad Natural".

19h. Ecología del Nacimiento, hacia un nuevo paradigma. Isabel Fernández del Castillo, escritora de La Nueva Revolución del Nacimiento.

FLAŠKA
TU FUENTE PERSONAL DE AGUA DE MANANTIAL

Botella reutilizable 100% vidrio

Gran variedad de atractivos diseños

2 tamaños 0,5 y 0,75l

Sin derrames

Con su funda protectora que protege la botella y mantiene tu bebida caliente o fría

Estructura el agua

Stand 617

ANTES DESPUÉS

+34 911829490 www.flaska.es

TEXTIL ORGÁNICO

“ARROPANDO EL FUTURO”

El textil ecológico, en general, y el algodón orgánico, en particular, son sectores que avanzan dentro del mercado “bio” español. Al igual que el calzado sostenible. También aumenta el reciclado de prendas y otras formas de llevar la sostenibilidad al mundo de la moda. BioCultura es el espejo de un mundo que está en plena transformación guiado por ecoemprendedores jóvenes muy dinámicos, creativos y eficientes...

Después de todo, ¿qué es la moda? Desde el punto de vista artístico, una forma de fealdad tan intolerable que nos vemos obligados a cambiarla cada seis meses.

Oscar Wilde

Algo se está moviendo en el mundo de la moda. Porque cada vez hay más personas que son conscientes de que el sector textil industrial es muy perjudicial, tanto para el medio ambiente (pesticidas, tintes, cultivos industriales) como para la sociedad (mano de obra en condiciones infrahumanas, condiciones laborales terribles, utilización de materiales peligrosos para los trabajadores...). Y en todo el planeta, habida cuenta de esta sinrazón, están cambiando muchas cosas. Por un lado, aumenta el cultivo de algodón orgánico. También, surgen otros materiales, en “bio”, que sustituyen a las prendas convencionales: lino, bambú, lana... Aparecen nuevas empresas, nuevas tiendas, las grandes firmas abren líneas ecológicas en su producción, se crean nue-

vos mercadillos con conceptos de sostenibilidad... Y todo ello se refleja también en BioCultura.

TIEMPO DE CAMBIOS

BioCultura en 1985 era el principio de un proyecto de futuro que ha ido creciendo y desarrollándose año a año. En aquel momento, en la primera edición de BioCultura no había ni una sola empresa dedicada a textil orgánico certificado. Pero, una vez consolidado el subsector de la alimentación “bio”, en el mundo ecológico otros subsectores se abren paso con fuerte ímpetu. Hoy, la presencia de firmas de textil ecológico en la feria ya se cuenta por decenas, se organizan pases de moda ecológica, hay debates continuos sobre el tema y grandes empresas del sector textil envían a “espías” que acuden a BioCultura a husmear qué se está cocinando en este subsector y qué nuevos materiales pueden ser utilizados en sus líneas. Como hubiera dicho Dylan, “los tiempos están cambiando”.



El textil orgánico crece dentro y fuera de BioCultura. En la foto, prendas de algodón orgánico de Fox Fibre



En la primera edición de BioCultura no había ningún producto textil certificado. Hoy, ya se cuentan por decenas las empresas que vienen a BioCultura a mostrar y vender sus productos textiles orgánicos. En la foto, el stand de Maripuri Tijeritas

MIRANDO MÁS ALLÁ

Hasta 2000, el mercado de algodón orgánico y ecotextiles lo conformaba un puñado de grandes empresas (Patagonia, OTTO, Coop, Nike, Hess Natur), junto con una amplia gama de pequeñas y medianas empresas textiles y de confección. Desde entonces, muchas nuevas marcas y minoristas han iniciado programas de mezclamiento con algodón orgánico o programas de conversión. El número de pequeñas y medianas empresas que se incorporan al mercado de algodón orgánico también ha experimentado un rápido crecimiento, y su número actual se calcula en unas 3.000. Pero desde BioCultura la apuesta es por aquellas empresas que tienen una visión holística del asunto. No sirve de nada que una empresa tenga una línea de algodón orgánico si, al mismo tiempo, produce millones de productos devastadores para el medio ambiente y utilizando a una mano de obra en semiesclavitud. Las empresas de textil “bio” que están en BioCultura tienen una visión que

va más allá de los “lavados de cara” o del rendimiento a corto plazo.

POR TODAS PARTES

Las prendas respetuosas con el medio ambiente y con la salud del consumidor y de los trabajadores que las elaboran están cada vez más por todas partes. La infraestructura del mercado de algodón orgánico se está reforzando y expandiendo, y gracias a esta tendencia los consumidores finales pueden elegir ahora entre una gama más amplia de prendas de moda y elegantes y, para adquirirlas, pueden elegir más sitios que hace unos años, además, claro, del mercado online, en clara tendencia ascendente. Hay cada vez más productos de textil orgánico en hoteles, casas de reposo, casas rurales, spas, gimnasios, etc. También en centros de yoga. Así mismo, surgen tiendas especializadas y los supermercados “bio” amplían su oferta. Incluso puedes encontrar prendas ecológicas en algunas grandes superficies convencionales de moda y/o de deporte.



Foto: P. M.

La moda ecológica incluye un subsector de prendas de comercio justo de empresas que importan productos textiles elaborados por comunidades locales y similares en buenas condiciones para los trabajadores...

NO SÓLO ALGODÓN

Hay otros productos textiles además del algodón: el bambú, el lino, etc. La lana es un recurso renovable, pero en la ganadería industrial se utilizan muchos químicos, por lo que la utilización de la lana también tiene un impacto medioambiental. La cosa cambia si las ovejas proceden de una explotación orgánica y extensiva. Las ovejas, además, cumplen otras funciones muy dinámicas en los ecosistemas, como la limpieza de bosques para evitar los incendios. Pero incluso el uso de la lana como



No sólo de algodón "bio" vive el textil orgánico. En la foto, la entidad Santa Clara Associação de Artesaos, de Portugal, expone en BioCultura productos textiles de lana ecológica

materia prima textil tiene críticos entre los sectores veganos, que se niegan a utilizar ningún producto de procedencia animal. Esa es una polémica que está ahí, en la calle. Pero las ovejas de granjas ecológicas viven de una manera diferente que las de las granjas convencionales. Además, la certificación ecológica limita el número de ovejas por espacio, lo que puede variar modestamente según cada certificadora.

MODA VERDE Y BELLA

Tendemos a pensar que la moda ecológica es

muy sostenible pero poco atractiva. Esto no tiene nada que ver con la realidad. Lo respetuoso con el medio ambiente puede ser tan bello, delicado, resistente o atractivo como sus homónimos convencionales. La doctora Kirsten Brodde, experta en moda verde, ha señalado al respecto: "Sólo por ser ecológica, la moda verde no es menos moderna. Ya hay muchas estrellas que la llevan sin reparos. Supermodelos, actrices y cantantes de rock están abiertamente a favor de la moda verde". Y también advierte: "A los clientes les resulta hoy más fácil mudar-



Foto: P. M.

Siri Artesano trae a BioCultura prendas ecológicas relacionadas con la práctica del yoga y otras terapias tradicionales orientales...

se a la ropa ecológica de pies a cabeza, aunque todavía suponga tener que buscar mucho. Alrededor de 20 Concept Stores en toda Alemania se han especializado exclusivamente en moda verde". España está lejos aún de estas cifras, pero todo llegará. Mientras tanto, el visitante de BioCultura sí encontrará en la feria diferentes diseñadores, firmas, distribuidores que se acercan a la moda y al textil no sólo buscando la belleza o los pingües beneficios...

Toni Cuesta

**ALGUNAS RECOMENDACIONES
CÚBRETE CON LAS PRENDAS MÁS SANAS**



Viernes 14 noviembre

⌚ 16 h. Sala Colón
TODO SOBRE LA LANA: PATRIMONIO VIVO Y PERSPECTIVAS CONTEMPORÁNEAS. Lala de Dios. Artesana textil y consultora con más de 30 años de experiencia.
Organiza: Índigo Estudio Textil www.indigotextil.com

Sábado 15 noviembre

⌚ 12'30 h. N105
LA MODA SOSTENIBLE: NECESIDAD Y REALIDAD. ES HORA DE CAMBIAR LA REALIDAD DE LA INDUSTRIA DE LA MODA. ¡QUEREMOS UNA INDUSTRIA LIMPIA! Gema Gómez. Slow Fashion España. Enrique Quintanilla. Setem-Campaña Ropa Limpia. Sara del Río, Greenpeace-Campaña Detox.
www.slowfashionspain.com
www.setem.org/site/es/federacion/campana-ropa-limpia
www.greenpeace.org/espana/es/Trabajamos-en

Jueves 13 noviembre

⌚ 12 h. N109
EL ALGODÓN ENGAÑA. Santi Mallorquí Gou. Responsable de la empresa Organic Cotton Colours, SL.
www.foxfibrecolorganic.com

Domingo 16 noviembre

⌚ 18 h. N107
TINTES NATURALES CON MÉTODOS SOSTENIBLES. Lala de Dios. Artesana textil y consultora con más de 30 años de experiencia.
Organiza: Índigo Estudio Textil www.indigotextil.com

ALGO MÁS QUE CALZADO EL CASO DE MARTIN NATUR

Martín Natur es una empresa española dedicada de fabricación y venta de calzado ecológico. Fue fundada en 2002 por Pedro Martín. Desde Elche, la cuna del calzado, la firma crea modelos curtidos con extractos totalmente naturales, que distribuye por toda Europa a través de su tienda online y catálogo. La marca puede presumir de controlar todas las fases de producción, desde el comienzo hasta la venta final, dando como resultado un calzado de calidad que le ha convertido en un referente y en una de las marcas más demandadas en BioCultura. La empresa participa en la feria desde que se creó como tal, en 2002. Juan Carlos Moreno charló con Pedro Martín, cuya empresa participa también en la presente edición de BioCultura Madrid.

Pedro Martín es el fundador de Martín Natur. Comenzó a trabajar con calzado natural en 1995, cuando tuvo la oportunidad de comercializarlo en Alemania. A través de esta experiencia conoció la firma de piel Schomishc Ecopell, referente en la fabricación de pieles ecológicas de calidad, con la que trabaja en la actualidad. En 2002, a su hijo le detectaron alergia en la piel, por lo que creó la firma de calzado Martín Natur, libre de alérgenos. Esta empresa, gracias a su esfuerzo y a las constantes innovaciones que ha introducido, fruto de su trabajo en España y Alemania, ha conseguido ser un referente en el sector.

TODA UNA VIDA...

-Explícanos qué es Martín Natur...

-Martín Natur es la empresa española pionera en la fabricación de calzado ecológico. Curtimos nuestro calzado exclusivamente con extractos naturales. Por ello es ideal para quienes padecen alergias o irritaciones y, en definitiva, para quienes apuestan por el confort y la salud de sus pies.

-¿En qué momento derivasteis o comenzasteis con el calzado ecológico?

-A lo largo de mi vida siempre he estado ligado al sector del calzado, en el que llevo trabajando más de 25 años. Comencé a fabricar calzado ecológico en 2002, cuando a mi hijo le detectaron alergia en la piel. Cualquier roce con elementos de cromo, níquel o cualquier otro material pesado le producía irritaciones y molestias. Movido por el deseo de ayudarlo, decidí crear una línea de calzado natural que paliara todas las molestias propias de las alergias cutáneas. Así nació Martín Natur, que desde entonces ha ayudado a cientos de personas a caminar felices.

LA DIFERENCIA

-¿Qué diferencia a vuestra empresa de otras similares?

-Lo que diferencia a Martín Natur de otros proyectos similares es la experiencia y el saber hacer que nos aporta ser una de las primeras empresas en este sector. Somos una marca sólida, con presencia en Alemania y España. Hemos combinado lo mejor de ambos países: la calidad de las pieles alemanas, bajo la garantía del sello de calidad Ecopell, y la tradición manufacturera de la industria del calzado de Elche, en el Mediterráneo español, en la que llevamos a cabo el 100% de nuestra producción. Además, el diseño de nuestros modelos demuestra que estos factores no están reñidos con la moda. Otro factor importante es que somos un "Fair Trade" o Negocio Justo: nuestro modelo empresarial es de total confianza, tanto por nuestro producto como por el trato que damos al medio ambiente y a cada uno de los elementos del proceso de producción: desde proveedores y trabajadores hasta el propio cliente.

-¿Hacia dónde va la industria del calzado ecológico?

-Como otros tantos productos ecológicos, este tipo de calzado está abriéndose un hueco en la población, pasando de ser desconocido a tener un lugar privilegiado en cualquier armario, ya que quienes lo prueban notan en seguida los beneficios que aporta respecto al calzado convencional. En este sentido, Martín Natur puede presumir de liderar este nuevo rumbo, mostrando las ventajas del calzado saludable e introduciéndolo en la lista de indispensables de los consumidores.

LOS EXTRACTOS

-¿Por qué la industria del calzado convencional es tan contaminante y qué ventajas tiene el ecológico medioambientalmente hablando?

-A diferencia del calzado tradicional, el proceso de fabricación del calzado ecológico es totalmente respetuoso con el medio ambiente. De ahí nace nuestro concepto de calzado "eco-friendly". Evitamos el impacto medioambiental que supone el uso de metales pesados, ya que curtimos nuestras pieles con extractos 100% naturales de las plantas tara y valonea. Esta además fue certificada en el 2011 por el instituto ECARF como "apta contra las alergias", lo que refuerza nuestro compromiso con la salud de la piel del consumidor.

-¿Qué tipo de público busca un calzado de estas características?

-En los últimos años hemos visto cómo los usuarios que buscan este tipo de calzado han aumentado, y cada vez son más diversos los perfiles que se acercan a nuestra marca. Antes Martín Natur era un calzado que demandaban las personas con piel sensible o con alergias. Ahora la tendencia general consiste en buscar un calzado que nos haga sentir bien por dentro y por fuera, fabricado con materiales de calidad, que respeten nuestra salud. Estas son nuestras principales señas de identidad y el motivo por el que cada vez son más quienes acuden a nosotros.

-¿Cómo llegáis a vuestro público y, en ese contexto, qué representa para vosotros BioCultura?

-Martín Natur utiliza múltiples canales para llegar a todos nuestros tipos de público, con el fin de adaptarnos a sus necesidades. Además de la tienda física, ubicada en Elche, contamos con una tienda online, a través de la que se puede conseguir más información sobre cada modelo y adquirirlo. Además, también vendemos por catálogo. Otro punto fuerte son las ferias del sector, en las que tenemos un trato directo con el público. En este sentido BioCultura supone una de nuestras principales plataformas, a través de la que no sólo difundimos nuestras novedades, sino que también



Pedro Martín, un pionero del calzado ecológico en España y en Europa

Foto: MN



Modelo Braco, para hombres



Modelo Fiona



Modelo Tango



Modelo Frida

conocemos la opinión del público y tenemos la oportunidad de escuchar sus necesidades, que siempre tenemos en cuenta para seguir creciendo.

MADE IN SPAIN

-¿El calzado español convencional o ecológico es mejor que el importado de países emergentes como China por ejemplo?

-Por supuesto. España es un referente en la fabricación de calzado; siempre hemos sobresalido por la calidad de nuestros productos. Si hace unos años este sector estaba seriamente amenazado por las importaciones, con el tiempo se ha demostrado que la salud puede verse dañada por apostar por otro tipo de materiales de menor calidad, como los empleados en China, lo que nos ha puesto en valor de nuevo. Además creamos escuela en lo que a calzado ecológico se refiere; Martín Natur es la prueba más evidente de ello.

Juan Carlos Moreno
Director Técnico BioCultura

EL FUTURO MÁS INMEDIATO LA "METAMORPHOSIS"

-¿Cuáles son vuestros pasos para el futuro más inmediato?

-Estamos inmersos en nuestra nueva campaña otoño-invierno, que lleva por nombre Metamorphosis. En ella nos hemos inspirado en la necesidad de cambio que sentimos cada día y en cómo aprovechar este factor para evolucionar, llegando a la mejor versión de nosotros mismos. Se trata de una colección que ofrece el calzado adecuado para cualquier ocasión, tanto para hombre como para mujer, pasando desde una amplia variedad de botas hasta zapatos de salón o sneakers.

www.martin-natur.es
Calle Juan Espuche, 17,
03202 Elche, Alicante
647 44 14 65



Establecimientos recomendados



A Coruña

A CORUÑA LA ALDEA BIOMARKET
✉ info@laaldeabiomarket.com ☎ 981 976 165
www.laaldeabiomarket.com
A CORUÑA TENDA ECOLOXICA EQUILIBRIO
✉ equilibrio@tendaecoloxica.com ☎ 881 898 788
www.tendaecoloxica.com

Álava

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

Alicante

ALFAZ DEL PI ECO-TIENDA PENATES
✉ ecotiendapenates@gmail.com ☎ 965 888 366 www.penates.es
BENIDORM ECOTIENDA EL OLIVO
✉ jcanovas@hotmail.es ☎ 966 831 314
MUCHAMIEL PLANETA HUERTO
✉ info@planetahuerto.es ☎ 965 656 945 www.planetahuerto.es

Barcelona

BARCELONA AGUAPUR - H2OPOINT
✉ info@h2opoint.com www.aguapur.com ☎ 902 252 900
BARCELONA AMA TU SALUD
✉ amatusalud@amatusalud.com www.amatusalud.es ☎ 933 322 189
BARCELONA BIO GOURMET
✉ info@biogourmet.net ☎ 932 001 659 www.biogourmet.net
BARCELONA BIOCENTER RESTAURANTE
✉ info@restaurantebiocenter.es ☎ 933 014 583
www.restaurantebiocenter.es
BARCELONA BIONYAM
✉ info@bionyam.com www.bionyam.com ☎ 934 765 438
BARCELONA BIOSPACE
✉ info@biospacio.com ☎ 938 531 573 www.biospacio.com
BARCELONA BLAU I VERD
✉ blauverd@hotmail.es ☎ 934 207 396 www.blauverd.com
BARCELONA BODEVICI, GELATS I JOGURTS ECOLÒGICS
✉ info@bodevici.es www.bodevici.es
BARCELONA SALUT I NATURA
✉ salutinaterra@terra.es ☎ 933 478 929
BARCELONA TALLER AMAPOLA
✉ info@talleramapola.com ☎ 935 131 292 www.talleramapola.com
CALDES DE MONTBUÍ CICLE VITAL
✉ info@ciclevital.com ☎ 938 654 500 www.ciclevital.com
GRANOLLERS BIO ALIMENTOS NATURA
✉ info@bionaturaaaron.com www.bionaturaaaron.com
☎ 938 491 381
LA GARRIGA BOTIGA NANA
✉ info@nana.cat www.nana.cat ☎ 937 322 601
LA ROCA DEL VALLÈS MATERIA BIO
✉ evaruth90@gmail.com ☎ 938 420 302 www.materiabio.com
MANRESA CENTRE BIOLÒGIC L'ARREL
✉ arrelarrel@hotmail.com ☎ 938 746 106
MATARÓ LACASAECO
✉ info@lacasaeco.com ☎ 937 906 355 www.lacasaeco.com
RUBÍ FONT DE VIDA
✉ fontdevida@cevagraf.com ☎ 936 978 951 www.fontdevida.com
VIC BOTIGA NANA
✉ info@nana.cat ☎ 938 868 648 www.nana.cat
VILAFRANCA DEL PENEDÈS FONT DE SALUT
✉ fontdesalut.vilafranca@gmail.com ☎ 938 924 240 www.fontdesalut.com

Cantabria

CABEZÓN DE LA SAL LA SALUD I
✉ biodimar2@hotmail.es ☎ 942 700 166
TORRELAVEGA LA SALUD II
✉ lasaludi@hotmail.com ☎ 942 806 144
SANTANDER LA SALUD III
✉ rafaelmardaras@hotmail.com ☎ 942 052 253
www.lasaludsantander.com

Ciudad Real

MANZANARES ECO-RINCON
✉ info@eco-rincon.com ☎ 653 819 160
www.eco-rincon.com

Gerona

BLANES FARMASALUT
✉ info@farmasaut.cat www.farmasalut.cat ☎ 972 359 171
FIGUERES BOTIGA NANA
✉ info@nana.cat www.nana.cat ☎ 972 508 801
GERONA BOTIGA NANA
✉ info@nana.cat www.nana.cat ☎ 972 426 405
OLOT BOTIGA NANA
✉ info@nana.cat www.nana.cat ☎ 972 273 952
PALAMÓS BOTIGA NANA
✉ info@nana.cat www.nana.cat ☎ 972 600 675
PLATJA D'ARO BOTIGA NANA
✉ info@nana.cat www.nana.cat ☎ 972 825 085
SANT FELIU DE BUIXALLEU AGUA, TRATAMIENTO NATURAL
✉ agua@aguanatural.com ☎ 972 874 026 www.aguanatural.com

SANT FELIU DE GUIXOLS L'HORT D'EN CLIMENT
✉ hortdencliment@gmail.com ☎ 695 260 453 www.hortdencliment.es
SANTA CRISTINA D'ARO FOX FIBRE COLORGANIC
✉ info@foxfibrecolorganic.com ☎ 972 835 995
www.foxfibrecolorganic.com

Guadalajara

GUADALAJARA LA ALCARRUELA
✉ laalcarruela@gmail.com ☎ 949 224 878 www.laalcarruela.es

Guipúzcoa

HONDARRIBIA TXUNTUMELABIO
✉ biobuntumela@gmail.com www.txuntumela.com
☎ 943 641 450
ZARAUZT BERISTAIN PRODUKTU EKOLOGIKOAK
✉ beristainpe@yahoo.es ☎ 943 980 690 www.beristain.es

Ibiza

SANT JORDI S'HORTET VERD
✉ alicia@shortetverd.com www.shortetverd.info ☎ 971 30 80 30

La Rioja

LOGROÑO ARCO IRIS
✉ info@arcoirisherbolario.com ☎ 941 258 631
www.arcoirisherbolario.com
LOGROÑO EL ARBOLITO
✉ clientes@arbolito.net www.arbolito.net ☎ 941 209 214

León

LEÓN LA CESTA BIOLÓGICA
✉ pcsambhala@yahoo.es ☎ 987 235 286
www.pymesleon.com/cestabiologica
REQUEJO DEL PRADORREY
LA CASA DEL ARZIPRESTE
✉ lacasadelarzipreste@gmail.com ☎ 687 564 043
http://lacasadelarzipreste.com
RIOLAGO DE BABIA TURISMO RURAL MIRADOR DE BABIA
✉ eduardogildegado@yahoo.es www.miradordebabia.com
☎ 655 867 674

Madrid

ALCOBENDAS ESPACIO ORGÁNICO
✉ info@espacioorganico.com ☎ 916 572 515
www.espacioorganico.com
MADRID BIOTIFUL NATURA
✉ info@biotifulnatura.com www.biotifulnatura.com ☎ 915 046 294
MADRID CENTRO NATURAL FLOR DE LYS
✉ lafordelys@yahoo.es ☎ 913 582 382
www.centronaturalfordelys.com
MADRID ECOCENTRO
✉ eco@ecocentro.es www.ecocentro.es ☎ 915 535 502
MADRID ECONOMATO MACABEO
✉ emacabeo@grupema.eu ☎ 918 519 600
www.economatomacabeo.eu
MADRID EL BAOBAB VERDE
✉ info@elbaobabverde.com www.elbaobabverde.com
☎ 918 184 254
MADRID EL VERGEL DE LA VILLA
✉ elvergel@el-vergel.com ☎ 915 471 952 www.el-vergel.com
MADRID LA PERA BAZAR
✉ administracion@laperabazar.es
☎ 668 828 802 www.laperabazar.es
MADRID MENUDAVIDA
✉ menudavida.mail@gmail.com www.menudavida.info
☎ 620 788 763
MADRID NATURASI (Argüelles-Moncloa)
✉ info@naturasi.es www.naturasi.es ☎ 915 445 663
MADRID NATURASI (Dr. Fleming)
✉ info@naturasi.es www.naturasi.es ☎ 914 583 254
MADRID ORIGEN (Doctor Gómez Ulla)
✉ origenbio@origenbio.es www.origenbio.es ☎ 917 131 792
MÓSTOLES TU HUERTO ECOLÓGICO "EL FRESNEDAL"
✉ info@tuhuertoecologico.es www.tuhuertoecologico.es
☎ 916 164 578
POZUELO ORIGEN (UNIVERSIDAD, 4)
✉ origenbio@origenbio.es ☎ 913 511 616
www.origenbio.es
RIVAS-VACIAMADRID BESANA SOC.COOP.
✉ besanacoop@gmail.com ☎ 914 995 451
http://cooperativabesana.blogspot.com.es
S.SEBASTIÁN DE LOS REYES ECOPASION
✉ info@ecopasion.com www.ecopasion.com ☎ 911 168 041

Málaga

FUENGIROLA BIONATURA FUENGIROLA
✉ info@naturasi.es info@bionatura.es ☎ 952 660 757 www.bionatura.es
MÁLAGA NATURAL ALOE
✉ correo@herboristerialaioe.com ☎ 952 254 960

MARBELLA BIONATURA PERNILLE
✉ info@bionatura.es ☎ 952 900 401 www.bionatura.es

Murcia

MURCIA BIOSHOP
✉ bioshop@coato.com www.coato.com ☎ 968 424 621

Navarra

OLAZ DE EGÔES NATURALIM
✉ naturalim@elenacorrales.com ☎ 948 337 792 www.elenacorrales.com
PAMPLONA EKODENDA EKIA
✉ panpi@ekodendaekia.com ☎ 948 173 150 www.ekodendaekia.com

Pontevedra

VIGO ABC DE BIO
✉ info@abcdebio.es www.abcdebio.es ☎ 986 117 303

Segovia

SEGOVIA IMAGINA...T
✉ info@imagina-t.es www.imagina-t.es ☎ 921 441 995

Tarragona

REUS VIU L'ECOLOGIC
✉ info@viulecologic.cat www.viulecologic.cat ☎ 630 927 855

Teruel

ALLOZA TURISMO RURAL LA OJINEGRA
✉ info@laojinegra.com www.laojinegra.com ☎ 696 816 138

Valencia

VALENCIA PUNT DE SABOR
✉ info@puntdesabor.com www.puntdesabor.com ☎ 963 536 080
VALENCIA RESTAURANTE KIMPIRA
✉ restaurante@kimpira.es www.kimpira.es ☎ 963 923 422

Vizcaya

BILBAO BIOBIO- LA TIENDA ECOLÓGICA
✉ ekobiobio@gmail.com ☎ 944 210 362 www.biobioliendaecologica.com
BILBAO TIERRA VIVA
✉ tierravivanorte@gmail.com www.tierra-viva.es ☎ 944 248 441

Zaragoza

ZARAGOZA BIO-BIO ZARAGOZA
✉ biobiozaragoza@live.com ☎ 976 557 826 www.biobiozaragoza.es
ZARAGOZA LA NATURAL
✉ info@la-natural.es www.la-natural.es ☎ 976 359 283

Tiendas online

BIO COSITAS BUENAS SL
✉ info@cositasbuenas.es www.cositasbuenas.es ☎ 690 138 808
CARICIAS Y SABORES DE ANTAÑO ECO
✉ info@cariciasysaboreseco.es ☎ 617 647 065
www.cariciasysaboreseco.es
CONASI, VIVE COCINA NATURAL
✉ info@conasi.eu www.conasi.eu ☎ 953 102 560
ECOTENDA
✉ info@ecotenda.net www.ecotenda.net ☎ 977 318 320 / 665 638 677
ECOZAP - Zapatería
✉ raquel@ecozap.es www.ecozap.es ☎ 918 458 085
FONTE SANTA
✉ info@fontesanta.com www.fontesanta.com ☎ 985 716 880
GLUTEN FREE SHOP
✉ info@glutenfreeshop.es www.glutenfreeshop.es ☎ 932 426 396
JAMONES ECOLÓGICOS DE JABUGO - DEHESA MALADUA
✉ dehesamaladua@hotmail.com ☎ 959 104 250
www.jamoneseecologicosdejabugo.com
NARANJASECOLOGICAS.COM
✉ jordi@naranjasecologicas.com ☎ 662 460 929
www.naranjasecologicas.com
NATURALIM
✉ naturalim@elenacorrales.com ☎ 948 337 792
www.elenacorrales.com
QUERQUS COSMÉTICA NATURAL
✉ info@querquscosmetica.com ☎ 986 106 240
www.querquscosmetica.com
SELECCIÓN NATURAL
✉ seleccionnatural@seleccionnatural.es www.seleccionnatural.es
☎ 918 471 566



Si deseas más información o quiere optar a ser un establecimiento recomendado, contáctanos en el 93 580 08 18; recomendados@vidasana.org



www.vidasana.org

SALUD

BUSCANDO EL EQUILIBRIO

En la primera edición de BioCultura Madrid, las terapias complementarias tuvieron un papel muy tangencial. En aquellos años, prácticamente nadie sabía lo que era la naturopatía, la homeopatía, el ayurveda, se desconocían conceptos como “autogestión de la salud”... Hoy, treinta años después, la sociedad ha cambiado radicalmente. En ello, ha tenido una importancia decisiva BioCultura y todos aquellos que han apostado por ser críticos con la medicina alopática, que, pese a todo, también tiene sus virtudes.

El que quisiera tener salud en el cuerpo... procure tenerla en el alma.

Francisco de Quevedo

Aunque la medicina alopática sigue siendo la mayoritaria en nuestra sociedad, y aunque la Seguridad Social sigue siendo reticente a incluir entre sus terapias las llamadas medicinas complementarias, todo el mundo ha oído hablar hoy en día de medicina tradicional china, acupuntura, naturopatía, reflexología, homeopatía... En todos estos años, BioCultura ha sido uno de los medios a través de los cuales la población ha tenido contacto por vez primera con otras formas de ver el mundo de la sanidad. En cientos de conferencias, mesas redondas y talleres, durante todos estos años, los visitantes de BioCultura han podido comprobar que la ciencia, las farmacéuticas, la clase médica, el sistema sanitario... no están siempre a favor de la Humanidad. Dicho de otra forma: dejar tu vida, de forma ciega, en manos del *stablishment* sanitario... puede salirte muy caro.



La salud es el equilibrio presidido por el bienestar y la felicidad

LOBBIES FARMACÉUTICOS

Pedro Burruezo, director de The Ecologist, dice: “Muchos son los que han descubierto otra forma de acercarse al paradigma sanitario gracias a BioCultura. En principio, todos nosotros confiábamos en la clase médica, en la industria, en la ciencia, en la tecnología, pero, después de escarbar, hemos visto que, tras todo ese universo, hay mucha iatrogenia, es decir, enfermedades y problemas de salud que crea el propio sistema sanitario”. Para Burruezo, “los lobbies farmacéuticos y tecnológicos tienen mucho poder y someten a los políticos y a buena parte de la clase médica, que se rinde a sus intereses. La medicina alopática tiene muchas cosas buenas, pero entregarse totalmente a ella, sin precauciones, es un error. Tiene fallas importantes. Su concepción del individuo, ya, para empezar, es un error. No somos máquinas. Tenemos alma, espíritu, razón. Todo está unido”.

MIGUEL JARA

El periodista y escritor Miguel Jara, muy crítico en sus libros y artículos con la industria médica, en general, señala: “BioCultura ha sido y es importante para adquirir una nueva conciencia en materia de salud. No tanto en materia sanitaria sino que he escrito bien, en *Salud* (así, con mayúsculas). No voy a citar una vez más el topicazo de la frase de Hipócrates pero la feria ha entendido bien que lo mejor que podemos hacer por nuestra salud es que sea nuestra, gestionarla nosotros mismos identificando los caminos correctos, informándonos de todo lo que puede averiarnos y asumiendo que quienes vamos a vivir con salud y a recuperar la misma si la perdemos somos nosotros”. Cada vez, suena más el concepto “autogestión de la salud”. Es importante reconocer que la salud no es algo que se “expende” en farmacias, hospitales, consultas... BioCultura ha enseñado a miles y miles de personas a entender que la salud no es to-



Uno de los múltiples stands de BioCultura que proponen un reencuentro con el equilibrio de la salud mediante terapias no agresivas

mar aquel fármaco (incluso si es homeopático o ayurvédico), sino que la salud es un equilibrio de bienestar y felicidad que hay

que conservar y/o recuperar, pero, en cualquier caso, toda acción preventiva es básica (en alimentación, con hábitos sanos, etc.).

CAPACIDAD REGENERATIVA

Nuestro cuerpo tiene una capacidad regenerativa que hay que aprovechar. Eneko Landaburu, pionero en la autogestión de la salud en el estado español y del higienismo, es un clásico de BioCultura, aunque no estará en Madrid en esta ocasión, pero sí tendremos a otros como Miquel Pros, Karmelo Bizkarra, etc. Él ha afirmado: “Tal vez la autogestión de la salud sea una de nuestras necesidades prioritarias. ‘La salud no lo es todo pero, sin ella, todo lo demás es nada’. Y si la salud es tan importante es mejor que esté en nuestras propias manos. Soy el mejor indicado para observar y cuidar mi cuerpo, ya que no me separo de él ni un minuto. Tal vez la enfermedad fundamental es lo dependientes que somos de los profesionales y las farmacias. Lo acomplejados que estamos, lo poco que confiamos en nuestras propias capacidades, el poco aprecio que sentimos hacia nuestro propio cuerpo. Además, los médicos, sobrecargados de trabajo y usando tratamientos agresivos y tóxicos, pueden agravar la enfermedad. El remedio puede resultar peor que la enfermedad. Hace años que apareció en prensa la noticia de cómo, durante una huelga en los hospitales israelíes, bajó la tasa de mortalidad de la población. Sólo se aceptaron las situaciones de urgencia. Lo mismo se observó en hospitales de Nueva York. Parece que la población mejora de salud cuando la atención médica se limita a situaciones de emergencia”.

TU SALUD ES TUYA

En resumidas cuentas, BioCultura es un altavoz para las terapias complementarias menos agresivas, para los que son críticos con el sistema sanitario convencional, para los que entienden al ser humano no como una máquina (el estilo de Descartes) y, también, para los que no reniegan de todo aquello bueno que puede tener el sistema sanitario convencional... Lo que no existía en la primera edición

Foto: Pablo Mendoza



La salud es a BioCultura lo mismo que los árboles al bosque...



Miguel Jara, articulista y escritor conocido por sus contundentes escritos que prueban que en el sistema sanitario alopático no es oro todo lo que reluce...



La reflexología podal, por ejemplo; nadie la conocía cuando BioCultura Madrid empezó a dar sus primeros pasos... Hoy es una realidad que practica mucha gente...

de BioCultura es hoy una realidad aplastante e incuestionable. Pero lo más importante es que, detrás de BioCultura, subyace la idea de que tu salud es tuya, y de nadie más. Esto parece muy simple, pero han sido muchos años de lucha, por parte de muchas personas y entidades, para que el estamento científico entendiera que estar embarazada no es una enfermedad, que la menopausia no es ninguna patología sino un proceso natural, que algunas pruebas y aparatologías pueden ser yatrogénicas en sí mismas, que quedarse viudo no significa tener que empezar a tomar antidepresivos, etc. La lucha ha valido la pena, porque quizás la salud es uno de los tesoros más valiosos de que alguien puede disponer.

Pablo Bolaño

ALGUNAS RECOMENDACIONES APRENDE A SANAR-TE EN BIOCULTURA

Jueves 13 noviembre

🕒 18 h. N108

CÁNCER, UNA PERSPECTIVA DIFERENTE. Sandra Ragel. Doctora en medicina. Instituto Hipócrates de Florida. Organiza: Ekotrade www.ekotradeinternational.com

🕒 19 h. N108

PSICOLOGÍA TRANSPERSONAL. LA OTRA VISIÓN. Marly Kuenerz. Psicóloga clínica integradora de modelos terapéuticos con 35 años de experiencia. Organiza: Hermesán

Viernes 14 noviembre

🕒 12 h. N105

LA TERAPIA ESTRUCTURAL INTEGRAL (TEI) Y EL TRATAMIENTO DE LAS ENFERMEDADES CRÓNICAS Y DEGENERATIVAS
Julio Alonso
Organiza: El Granero Integral / Centro Itaka

🕒 16 h. N111

BIORRESONANCIA, MÉTODO RAYONEX BIOMEDICAL: FUNDAMENTOS TEÓRICOS, TECNOLOGÍA Y APLICACIONES
Jorge Boente Repesas. Farmacéutico, master en medicina biológica por la Univ. Miguel de Cervantes de Valladolid, autor de tesis sobre biorresonancia, método Paul Schittt.
Organiza: Biorresonancia Geobionatura www.geobionatura.com

Sábado 15 noviembre

🕒 12 h. Sala Colón

CUIDA TU INTESTINO, REMEDIOS NATURALES Y RECETAS DE COCINA. Sergio Nieto y Marisa Fernández. Asesores y profesores de cocina natural y energética. Organiza: El Granero Integral

🕒 12'30 h. N106

QUÉ PODEMOS HACER ANTES DE ETIQUETARNOS DE CÁNCER Y CUANDO LO PADECEMOS. Javier Herráez. Médico, oncólogo. Xavier Uriarte. Médico.

Domingo 16 noviembre

🕒 16 h. N106

ENFERMEDADES AMBIENTALES: UN PROBLEMA DE SALUD PÚBLICA.
Dra. Pilar Muñoz-Calero. Presidenta de la Fundación Alborada y Directora de la Clínica El Oliver. Organiza: Fundación Alborada. www.fundacion-alborada.org

🕒 16 h. N108

AYURVEDA, SALUD PARA CUERPO, MENTE, CONCIENCIA Y MEDIO AMBIENTE.
Pilar Franco de Sarabia. Directora del primer centro ayurvédico abierto en España. Ha realizado su formación en ayurveda en universidades europeas, de India y EEUU con vaidyas y médicos de renombre internacional. Organiza: Harit Ayurveda. www.ayurvedasalud.com

SRI SWAMI PUROHIT O DE CÓMO VIVIR EN EL MUNDO SIN QUE NADA TE AFECTE...

Pedro Burruezo habló con Sri Swami Purohit en Bilbao. Juan Miguel Morales le fotografió en Barcelona. Y ustedes le podrán encontrar en BioCultura Madrid. Las suyas son palabras sabias para un mundo que podría estar caminando hacia la catástrofe.

A través del yoga y la meditación nos liberamos de todos los dolores, miserias y ataduras, lo que nos permite permanecer constantemente en un estado de amor, felicidad y paz. Así, el resto de tu vida será lo mejor de tu vida.

Sri Swami Purohit

Swami Purohit nació en 1964 en India. Trabajó como profesor de Matemáticas en la Universidad de Delhi y más tarde como asesor de empresas. Ha estudiado la ciencia védica y practicado todas las ramas del yoga y la meditación, con grandes maestros de todas las tradiciones, durante más de 30 años. Desde 2006, enseña el antiguo conocimiento védico y, hoy en día, está considerado uno de los grandes expertos en yoga y meditación en nuestro país. Swami Purohit vive en Granada y divulga el conocimiento de las enseñanzas orientales por toda España, haciéndolas asequibles y practicables a las mentes occidentales. Durante estos años de enseñanza, las personas se sienten inspiradas por la sencilla manera en que Swami Purohit tiene de mostrar que el yoga y la meditación se pueden usar como herramientas para mejorar la vida de cada día. ¿Qué es lo que hace que su enseñanza sea tan especial? Él parte siempre de la situación que existe y de la manera de vivir de cada cual, sin pedir ningún cambio previo, y, a partir de allí, asesora y enseña de manera sencilla, sistemática y directa.

ENSEÑANZAS VÉDICAS

-¿Para qué sirven sus enseñanzas?

-Para que las personas sean felices. Para vivir plenamente. Sin tener que cambiar las circunstancias ni las personas. Los psicólogos dicen todo lo contrario. Pero, sin apenas cambiar nada de nuestro entorno, podemos aprender a vivir serenamente. Yo parto de la sabiduría que encierra la tradición védica. Nuestra mente vive en la dualidad y hay que trascender, ir más allá, salir de ese estado.

-¿Qué explica y cómo lo explica?

-Lo que intento es que la persona no viva al nivel de la subsistencia. Están las personas esperando a vivir de verdad. La vida está ocurriendo ahora mismo y hay que vivir aquí y ahora.

SRI SWAMI PUROHIT EN BIOCULTURA TOMA NOTA

Título de la conferencia: La maestría de la mente

Día: Sábado a las 11'30 h. N105

Título de la conferencia: Desarrollando la capacidad intuitiva

Día: Domingo a las 11 h. Sala N105
Swami Purohit. Maestro hindú de yoga y meditación

Organiza: Sri Purohit Swami Wellness.
www.swamipurohit.com



Sri Swami Purohit, en meditación

-¿Por qué utiliza BioCultura para llegar a la gente?

-La gente que viene aquí está abierta a nuevas/viejas ideas y vienen con un corazón abierto. Lo que yo explico viene de la tradición hindú, pero está claro que es un mensaje completamente universal. El hinduismo es una ciencia espiritual. Todos los grandes maestros de todas las tradiciones y de todas las épocas han traído luz.

ALGO MÁS QUE YOGA

-Sus enseñanzas van más allá de lo que en Occidente se ha convertido el yoga...

-Hay gente que va a India, hace un curso de dos semanas y vuelven y ya se ponen a dar clases de yoga. Pero eso es sólo un yoga físico e incompleto. Es una parte muy pequeña de lo que es el verdadero yoga. El yoga es un camino verdadero hacia la iluminación...

-Pero ahora India quiere ser como Occidente...

-No exactamente. Digamos que vivimos en una aldea global y que la gente ve las comodidades que hay en otras partes y aspira a tener las mismas ventajas. Nos gustan cosas de otras culturas y queremos tenerlas, y eso es bueno. Siempre que eso sea positivo. No hay nada malo en tener algunas comodidades si, al mismo tiempo, uno avanza en el camino espiritual. En Occidente hay buenas infraestructuras... Es normal que la gente de otras partes aspire a poder disponer de ellas también. Espero que las cosas negativas que tiene Occidente no quieran copiarlas también. Tampoco en Oriente no todo son rosas ni todo es maravilloso.

¿HACIA DÓNDE VAMOS?

-¿Hacia dónde va el mundo?

-Si no nos reconectamos con nuestro corazón y con lo divino que hay dentro nuestro, vamos irremediamente hacia la destruc-

ción total. Para dirigir el sistema tecnológico global que estamos construyendo se necesitan mentes privilegiadas. Ya está ocurriendo que las máquinas nos controlan a nosotros mismos. Una tecnología que no está al servicio del amor, de la compasión y de la misericordia... no sirve para nada.

-En sus enseñanzas habla de un mundo de belleza y amor... ¿En qué grupos eso es una realidad hoy en día?

-Esto es una realidad en ciertos colectivos del mundo en los que el camino espiritual es el protagonista. Por ejemplo, en el norte de India, en los Himalayas, la gente que vive apegada a la tradición védica... vive según principios espirituales muy profundos que hacen que sus vidas vayan por esas coordenadas. Hay muchos eruditos de la vida del Buddha, por ejemplo. Pero lo importante no es lo que está en los libros, sino la transfiguración real en tu vida que conlleva el abrazar la espiritualidad profunda y universal...

Pedro Burruezo



Según Sri Swami Purohit, el yoga puede cambiar nuestra vida y liberarnos del sufrimiento



Un momento en una de sus charlas en BioCultura; siempre son conferencias muy concurridas



Amigos, colaboradores y simpatizantes de Sri Swami Purohit en un stand de BioCultura, en este caso en la edición barcelonesa

TRIODOS

“HOY TENEMOS MÁS VISIBILIDAD, PERO EL ÉXITO VIENE DE LEJOS”

Triodos Bank es un banco europeo independiente creado en 1980 que cuenta con sucursales en Holanda, Reino Unido, Bélgica, Alemania y España (desde 2004). Desarrolla un modelo de negocio bancario diferente, basado en la transparencia, que combina la rentabilidad financiera con la rentabilidad social y medioambiental. Para ello, con el dinero de sus clientes únicamente financia iniciativas y empresas sociales, culturales y medioambientales que además son rentables. Estarán en BioCultura Madrid y, además, uno de sus responsables, Joan A. Melé, dará una ponencia en la feria sobre banca ética (ver abajo). Por otro lado, comentamos que Triodos colabora con Vida Sana en el Premio Nacional Huertos Escolares Ecológicos, que se entregarán en BioCultura Madrid 2014. Pablo Bolaño habló con María de Pablo, directora de Banca de Empresas e Instituciones de Triodos Bank.

-El banco ha financiado casi 30 mil ha de superficie agrícola en Europa. ¿Un buen balance?

-Pensamos que es bastante positivo. La agricultura y la alimentación ecológicas son un sector que forma parte de la especialización del banco desde hace más de 30 años. Triodos Bank apostó por ello cuando el consumo de productos ecológicos no estaba ni tan extendido ni comenzaba a ser tan habitual en Europa, y desde luego menos en España. Nuestro objetivo es poder continuar ampliando la cifra, sobre todo porque será una buena muestra de que la sociedad es cada vez más consciente del impacto positivo de una agricultura y alimentación sostenibles y, sobre todo, más saludables.

TODA LA CADENA

-¿Qué otro tipo de actitudes/acciones empresariales relacionadas con el consumo consciente habéis financiado? ¿Son tan voluminosas?

-En Triodos Bank financiamos toda la cadena, desde el campo a la mesa. En 2013 el banco destinó 188 millones de euros al sector en Europa. La agricultura y alimentación ecológicas no serían posibles sin el agricultor que decide convertirse a la producción ecológica, pero también son importantes el distribuidor que apuesta por este tipo de productos, al igual que el dueño o dueña de una tienda de alimentación que vende directamente al consumidor. Es bastante motivador que, aunque la producción en ecológico para la exportación internacional ha sido el nicho más voluminoso y donde se ha comenzado a trabajar en España, cada vez se nos acercan más iniciativas de venta de producto a nivel nacional, para poder así paliar la asignatura pendiente de generar un mercado propio de consumo ecológico. Dentro del sector, también financiamos restaurantes que incluyen



María de Pablo tiene un currículum al servicio de la sostenibilidad

en sus platos productos con certificación ecológica, al igual que proyectos de turismo rural y sostenible que ofrecen este tipo de restauración.

-Hablemos del tamaño de estas iniciativas...

-A este respecto, hay que destacar que, en estos tiempos de crisis, la producción ecológica es una de las áreas donde se ha seguido creciendo en hectáreas de producción y en cifras de ventas, lo que confirma el buen momento para las iniciativas verdes como motor de desarrollo económico. Y también, teniendo en cuenta otros detalles igualmente muy importantes, como la protección de la biodiversidad con especies autóctonas, la reducción de emisiones de CO₂, etc., además de la generación de empleo, digamos que todo este movimiento económico es muy interesante. Por otro lado, también en este sector cada vez se comienza a trabajar más con iniciativas que fomentan la conservación de

la naturaleza y la custodia del territorio, preservando así la biodiversidad. También en el ámbito del medio ambiente, desde Triodos Bank impulsamos sectores diversos relacionados con un consumo más responsable, desde la moda sostenible hasta la cosmética ecológica certificada.

EL “BOOM” TRIODOS

-¿A qué responde el boom Triodos?

-Ciertamente, hoy Triodos Bank tiene más visibilidad, sobre todo en nuestro país, pero el desarrollo del banco viene de lejos, cuando se comenzó a plantear en Europa la necesidad de crear otra manera de hacer banca, más sostenible, mucho antes de la actual crisis financiera. Pensamos que es una necesidad social que la banca con valores incrementa aún más su impacto positivo, financiando muchas más iniciativas. En Europa, llevamos más de 34 años y en España acabamos de cumplir los 10 años de actividad del

banco. Podemos decir que, aunque nuestro público es muy diverso, las personas que han decidido hacerse clientes, en general, lo han hecho por las mismas motivaciones que los que empezaron a trabajar con nosotros al comienzo. Son personas que se han planteado qué hace el banco con su dinero y que han dado el paso para que sus ahorros trabajen en la misma dirección que sus ideas, al igual que promotores de proyectos medioambientales, sociales o culturales que quieren trabajar en su día a día con un banco afín a los valores que defienden.

-¿Qué trascendencia tiene en la difusión de vuestra actividad ferias como BioCultura y la prensa más militante?

-Para nosotros es vital estar presentes en ferias del sector como BioCultura. Principalmente por un tema de coherencia, ya que siendo el socio financiero especializado del sector... nuestro lugar está donde estén nuestros clientes, a los que hemos acompañado todo este tiempo. Es un punto de encuentro donde nos comentan sus necesidades y conocemos la actualidad del sector. Estamos en la feria desde el comienzo de nuestra actividad en España, y es una gran satisfacción cuando estamos visitando los stands poder observar que muchos ya son clientes nuestros y que tenemos la oportunidad de estar cerca de ellos. Cada uno desde nuestro ámbito, promotores, banca ética, ferias, medios... tenemos un papel distinto pero esencial para hacer crecer la conciencia y, sobre todo, contribuir a que ésta se concrete, a que la sociedad en su conjunto dé un paso adelante hacia una “ecologización” de las economías, una apuesta clara hacia una transición verde en nuestras actividades económicas y pautas de consumo.

Pablo Bolaño



Para más información:
<http://ecoestetica.org>
 redecoestetica
 redecoestetica

La Asociación Vida Sana continúa su trabajo de consolidación del sector de la cosmética econatural con su proyecto **NUEVAS OPORTUNIDADES DE LA COSMÉTICA ECONATURAL CON LA RED ECOESTÉTICA**. En esta ocasión, las acciones gratuitas que se llevarán a cabo son:

-  Tres cursos de formación presencial
-  Tres cursos de formación online

En nuestra web puedes encontrar todo tipo de información. Si buscas nuevas oportunidades en el sector ecológico, la RED ECOESTÉTICA puede ayudarte.






Acciones gratuitas cofinanciadas por el FSE











LA RAZÓN

La calidad de vida comienza por estar bien informado

A TU SALUD es el semanario más galardonado de la Prensa española por sus informaciones de referencia sobre sanidad, alimentación, bienestar, medio ambiente, ciencia, turismo y ocio saludable.



Los domingos GRATIS con el periódico

ARGANOUR EL ORO DE MARRUECOS

Youssef Karmoun, al frente de Arganour, estuvo en BioCultura Bilbao para presentar su empresa y sus novedades. Pablo Bolaño charló con él. También estarán en BioCultura Madrid, feria en la que presentarán una novedosa línea de aceite de argán con diversos productos exclusivos para el hombre.

Arganour es una empresa muy joven. Se fundó en 2013. Antes, Youssef Karmoun (ingeniero informático) era directivo de empresas relacionadas con la informática. Pero llegó el momento del cambio. Según él mismo explica, "porque en casa siempre se había consumido aceite de argán, tanto para fines cosméticos como alimentarios. Decidí iniciarme en el comercio de algo que es bueno para los consumidores y para la gente de mi país, porque, además, este es un producto que sólo se puede producir desde Marruecos. Y en ecológico, claro, porque también me importa la Naturaleza y los derechos de las mujeres que forman las cooperativas que los producen". Los productos de Arganour tienen su origen en cooperativas femeninas de la zona marroquí de Sous y se garantiza el desarrollo económico de la zona y el bienestar de sus productoras.

-¿Dónde distribuís este "tes-oro" marroquí?
-Bueno, estamos aprendiendo a base de errores y aciertos. Distribuimos en España, Francia, Alemania y Escandinavia. En farmacias, herbolarios y salones de belleza. Somos una empresa muy joven pero hemos crecido muy rápido debido al éxito que ha tenido el producto.

CALIDAD Y CERTIFICACIÓN

-¿A qué se debe un éxito tan rápido?
-Primero, sólo teníamos un producto, el aceite de argán. Pero en seguida nos lanzamos con otras líneas. Se debe, principalmente, a la calidad de nuestro producto, que es de primera, y que además es ecológico y con la certificación pertinente. Siempre, todo lo que trabajamos son aceites. Ahora, hemos lanzado una línea de aceite elaborado a partir del higo chumbo, que es muy bueno también. Además, es muy sencillo trabajar el higo chumbo en orgánico, porque es una planta muy resistente. Nuestros productos están certificados, en lo que respecta a la materia prima y la cooperativa, por EcoCert USDA. Y, en lo que atañe a la elaboración, por Cert-Eco.

-¿A qué público van dirigidos esas pequeñas joyas que lanzáis en forma de aceite...?
-Mayormente, nuestro público está formado por mujeres que tienen entre 30 y 50 años con



Youssef Karmoun en el stand de Arganour en BioCultura Bilbao



Unas señoras se acercan al stand de Arganour para conocer los productos de la empresa

un nivel cultural alto. Gente que se cuida, pero que se cuida con productos de calidad y, a ser posible, ecológicos. Y que valoran de dónde viene el producto y en qué condiciones viven las personas que lo producen. Pero también tenemos productos para hombres. Por un lado, hay hombres que compran el aceite de argán y le dan un uso como el que le dan las mujeres. Por otro lado, desde ya mismo, tenemos una línea a partir del aceite de argán, exclusivo para hombres, para después del afeitado. Esto lo vamos a lanzar en BioCultura Madrid.



Algunos de los productos de esta firma afincada en Málaga

TAMBIÉN USOS ALIMENTARIOS

-¿El aceite de argán sólo se utiliza para usos cosméticos?

-No. También puede tener usos culinarios. Es un producto exclusivo de zonas bereberes. El mundo bereber lo ha utilizado desde tiempo inmemorial como cosmético y como alimento. Por ejemplo, en tostada. También se utiliza como si fuera una especie de "nutella" marroquí, je je. Se llama "amlou". Se elabora con aceite de argán, almendras, miel... Hay un dicho popular reciente que dice: "¿Quién necesita 'nutella' si tienes 'amlou'?"

-¿Por qué os interesa BioCultura?

-Aquí está el público al que queremos llegar para seguir expandiendo nuestra empresa. En BioCultura Bilbao, por ejemplo, hemos lanzado unas líneas faciales antiedad que están teniendo una muy buena acogida. Y, como ya he dicho, en Madrid lanzamos los productos exclusivos para hombres. Nuestro catálogo se va expandiendo. Ya hemos lanzado los productos citados y ya disponemos también de aceite del árbol del té, aceite de rosa mosqueta, aceite de argán culinario, aceite de almendras dulces, aceite de semillas de higo chumbo, también disponemos de formatos para profesionales. En BioCul-

tura Madrid queremos llevar a cabo varias actividades para que el público nos conozca.

P. Bolaño

ACEITE MULTIUSOS ALTA CALIDAD Y CANTIDAD DE NUTRIENTES

La alta cantidad de nutrientes que se da en el aceite de argán hace que este producto sea milagroso para el cuidado de la piel, el pelo y las uñas. Cada día muchos médicos y especialistas en estética recomiendan el uso del aceite de argán tanto para el tratamiento de enfermedades de la piel o cicatrices, o como antiinflamatorio natural. También es un magnífico agente anti-envejecimiento, reduce las arrugas, elimina las estrías, etc. Toda la info en www.arganour.com

Aceite de argán, verdades y mentiras

Viernes a las 14 h. N111
Youssef Karmoun.
Organiza: Arganour, SL
www.arganour.es

jornada de

materiales en la bioconstrucción

Sábado 15 de noviembre 2014. Pabellón 9. Sala N-110

Información stand 507 espacio EcoHABITAR

jornada de

innovación ecológica en la arquitectura y la construcción

Domingo 16 de noviembre 2014. Pabellón 9. Sala N-110

nuevos modos de habitar y diseñar cooperativas, cohousing y vivienda colaborativa

JUAN PABLO SILVESTRE LA VOZ DE BABEL

Juan Pablo Silvestre es ya una leyenda en el mundo de los buscadores del Arte y la Belleza. Presentará en BioCultura, el sábado, "Mi Querida Babel" acompañado por Ramiro Calle. Se trata de un libro-objeto único en el mercado editorial español. Pedro Burruezo habló con él...

"Mi Querida Babel", publicado por La Mano Cornutta, es hoy una bella edición de arte de la conocida canción de Juan Pablo Silvestre que es, también, la sintonía del programa "Mundo Babel" que se puede escuchar cada sábado, de 10 a 12 de la mañana, en Radio 3/Radio Nacional de España. Este libro-joya, diseñado por Oscar Mariné con ilustraciones de Ana Juan, reúne imágenes, música y poesía para garantizar una mágica y sanadora experiencia de lectura.

-Explicanos qué es este libro, Juan Pablo, y cómo ha visto la luz...

"Mi Querida Babel" es el primer mantra del siglo XXI... Laico, sin ninguna conexión particular con religión alguna. Lo que no le resta "poder", por supuesto. Nombres de mujer cerrando el círculo, invocando el Nombre entre los Nombres. Es un libro, es un objeto, es un desplegable, es una caja de sorpresas, es muchas cosas. Pero, sobre todo, es el futuro, y es abrir puertas al campo.

-¿Tienes la necesidad de "trasplantar" la idiosincrasia de tu programa a otras disciplinas artísticas... y formatos?

-No. "Mi Querida Babel" se compuso antes de que "Mundo Babel" -el programa del que ejerce y es sintonía en RNE 3- ni siquiera existiera, es decir, tiene vida propia. Siempre he entrado y salido sin problemas de distintas formas de expresión -la misma en el fondo- sin problemas. Y mezclar formatos en un mundo multimedia e hipertextual como este no es más que lo normal.

RAMIRO CALLE

-¿En qué va a consistir la presentación del libro en BioCultura Madrid? ¿Por qué es importante para ti que te acompañe Ramiro Calle en el evento?

-En eso, en presentárselo a un público que aprecia los valores que representa. Ramiro Calle es orientalista, es divulgador, es el principal introductor del yoga en España. Ramiro representa la experiencia, el conocimiento y la dignidad en un medio con demasiada frecuencia transitado por charlatanes. Nadie mejor que él para dar paso, para introducirnos en el siglo XXI.



Juan Pablo Silvestre, artista, poeta, cantante, dinamizador cultural, director de "Mundo Babel"... y algunas cosas más...

-¿Cómo calificarías a la gente que sigue tu programa?

-Extraterrestres; es broma. Más que un target, una secta particular o un tipo de gente específico, creo que es un "estado mental", todo el mundo tiene cabida. Es la actitud lo que cuenta.

-¿Cuáles son tus planes para el futuro a corto y medio plazo?

-Ser yo mismo y triunfar en el empeño.

MUCHA MÚSICA

-En esta obra participa mucha gente...

"Mi Querida Babel" es un mantra, es coral por definición. Sonido, frecuencia vibracional, que aquietta, tranquiliza, sosiega y libera del ruido ambiente como el Om Mani Padme Om o el Kyrie Leison pero en el s.XXI. Interpretado por todas las voces en los más variados géneros y estilos, desde pandereteiras de Pontedeume, como Faltriqueira, al flamenco pop de fino estilo de Paco Ortega, pasando por un coro infantil, Pizzicato.

-Pero... ¿es algo más?

-Mucho más. Como una muñeca rusa, si se profundiza en ello, "MQB" es, por ejemplo, recordatorio, de lo que hay en un Nombre, algo que con frecuencia se olvida. Nombrar las cosas, desde todas las culturas del mundo... es importante. Megale, Simane, Lisala, Doumé, Arabia, Bengala, Datura, Sin Fe, son los nombres que se invocan, y que he reunido pacientemente o me han sido generosamente regalados para el encantamiento. "Mi Querida Babel" es espejo en el que mirarse, en el

que inspirarse y apoyarse para tomar impulso... No es lo mismo ser bautizado o llamarse Simane o Astarté, con los ocultos significados que poseen, que ser adjudicada el nombre de moda, vacío de significado. Es lo que hay en un nombre, el propio para empezar.

UN VIAJE INICIÁTICO

-Y un viaje...

"Mi Querida Babel" es un viaje, si, un viaje iniciático. Un viaje por las culturas del mundo en 64 Nombres y 16 Rostros de mujer, iguales pero distintos, ilustrados por Ana Juan, una de nuestras primeras diseñadoras internacionales... Y, para que nada falte, un manifiesto. Reivindicación del papel -del mejor papel- en tiempos digitales y en tiempos de usar y tirar. Del objeto bello, que quieres guardar y hacer tuyo. Sin intermediarios, sin aditivos, sin conservantes.

Pedro Burruezo

JUAN PABLO SILVESTRE EN BIOCULTURA MADRID TOMA NOTA

"Mi Querida Babel" es un mantra laico, el primero del siglo XXI, hecho de nombres de mujer de todas las culturas y un homenaje al poder y a la diversidad de la belleza femenina alrededor del mundo. Incluye Cd con 12 versiones de la canción por artistas en todos los géneros y estilos. Lo podéis encontrar aquí <http://lamanocornutta.es> <https://www.facebook.com/MiqueridaBabel>

Día: 16 de noviembre

Hora: a las 19 horas

Sala: N105

Presentado por Ramiro Calle, escritor y maestro de yoga, director del Centro de Yoga Shadak, junto al periodista y músico Pedro Burruezo.

OPINIÓN

CHÚPATE ESA... Toda una vida...

Un amigo del sector ecológico... me cuenta: "Cuando se llevó a cabo la primera edición de BioCultura en Madrid... mi madre me llevaba en sus entrañas. La feria y yo tenemos la misma edad y hemos crecido juntos". Y sigue: "Mis padres no se perdían ni una BioCultura y, con el tiempo, montaron una empresa de distribución de alimentos ecológicos. Se fueron a vivir al campo y desde allí organizaban todo. Muchos amigos por casa, algo de sexo libre, todo era amor y flores... Con el divorcio, partieron peras en todo y también en la empresa. Mi madre continuó presente en el sector y mi padre siguió consumiendo 'bio' pero empezó a ganarse las habichuelas en el sector de la informática". Y concluye: "Durante la adolescencia, por poder, llegué a ir a comer a McDonald's sólo por llevar la contraria. Ahora pienso en aquello y me río mucho...". Suenan el cedé y Machín hace de las suyas... El boletero es un quebradero de cabeza para el corazón... "Toda una vida...". Muchos de nosotros hemos crecido tan unidos a BioCultura que, si una vez desapareciera la feria, sería como si, al año, le quitaran la Navidad... Yo no me imagino un año sin asistir a la feria, zamparme las pertinentes pizzas, sorprenderme en alguna de las conferencias por lo endiablado de la ponencia, picar algún nuevo producto vegetal innovador y saludar a todos los amigos, expositores, visitantes, organizadores y echar una cerveza (ahora, ya sin alcohol) entre pasillo y pasillo... Lo que me pasa a mí es lo mismo que le pasa a miles y miles de personas, vinculadas de una u otra forma a BioCultura. Cada uno tiene su historia, su prisma, su idiosincrasia... Pero, sin duda, son muchas las cosas que nos unen. Y también es verdad que muchos de nosotros, en nuestra peripécia vital, hemos pasado por procesos que, no siendo iguales, sí han resultado paralelos... Todos nosotros hemos visitado otras ferias ecológicas que se realizan en el estado español. Pero no es lo mismo. No hablamos de la misma solera. Son necesarias y algunas de ellas realizan una gran labor, de eso no cabe duda. Pero BioCultura es BioCultura. Es algo que no se puede explicar. Cada cosa tiene su sitio y su momento. Y aquellas primeras "bioculturas" madrileñas, con Don Enrique Tierno Galván, "El Viejo Profesor", pululando por allí, aquel primer embrión del sector bio" español... no se volverá a repetir. Fue algo mágico, me han contado mis padres. Vendrán otras cosas, más o menos potentes, pero serán otras cosas... Hoy estamos muy contentos: BioCultura cumple tres décadas y vamos a celebrarlo por todo lo grande: la misma pizza, la misma cerveza, las mismas risas y los mismos abrazos con todos los amigos de... toda una vida...



El barón rampante

Estand
172



Ecocentro
Desde 1993

C/ Esquilache 2 al 12 · 28003 · Madrid
915-535-502 · 690-334-737 eco@ecocentro.es

www.ecocentro.es

Alimentación Ecológica
Multi-Tienda Natural
Restaurantes Bio-Vegetarianos
La Hospedería del Silencio
Ecosofía: Formación y Cultura