

ALIMENTS AMB JUSTÍCIA

UNA APOSTA A NORD I A SUD PER GARANTIR LA SOBIRANIA DELS POBLES

Tardor de 2022
8.100 exemplars



Editorial

Entre les consumidores conscients, sovint sorgeix el dubte sobre si és coherent consumir productes que procedeixen de territoris llunyans, com ara el cafè, el cacau o el sucre, i si això és incompatible amb l'aposta per la proximitat i la sobirania alimentària. Es tracta d'aliments que formen part del nostre dia a dia, però que, per qüestions climatològiques, només es poden conrear als països del Sud global, sigui sota les directrius de grans multinacionals o bé en el marc del moviment del comerç just.

LaCoordi, amb L'Aresta i L'Economat del Camp, vam elaborar l'any 2021 una diagnosi sobre la percepció del comerç just entre els grups de consum del país. Així, vam constatar que molts manifestaven reticències sobre la compra de productes d'altres països pel seu impacte ambiental i social, però també que més del 75 % expressaven interès a conèixer el comerç just amb més profunditat.

És aleshores quan va sorgir la idea d'elaborar aquest suplement, amb l'objectiu de donar resposta als neguits de les consumidores i apropar-les a les productores del Sud. Alhora, pretenem establir ponts entre el comerç just i la sobirania alimentària local, entenent que el primer -tot i exportar determinats productes- també afavoreix la diversificació de conreus i la sobirania alimentària entre les comunitats camperoles del Sud.

Després de diverses reunions de treball en què han participat 31 entitats, entre les quals hi ha cooperatives de comerç just del Sud global, grups de consum, botigues i altres entitats vinculades al món agroecològic de Catalunya, neix el suplement que presentem. És el fruit d'un diàleg crític i ric que volem traslladar a totes aquelles que, com nosaltres, entomeu el repte de transformar l'economia per mitjà del consum quotidià.

COMERÇ JUST PER RECUPERAR LA SOBIRANIA

Les condicions dignes de treball, la capacitat de decisió de productors i productores i l'aposta per models alimentaris sostenibles amb el medi ambient són criteris compartits pels projectes de sobirania alimentària, tant al Nord com al Sud global

Víctor Yustres → @victoryus3

Cada dia es consumeixen al món aproximadament dos mil milions de tasses de cafè, segons l'Organització Internacional del Cafè. El volum de negoci anual que genera aquesta beguda estimulante és de 200.000 milions de dòlars, xifra que el converteix en un dels productes més comercialitzats del món.

La indústria i el comerç del cafè exemplifiquen de forma clara les desigualtats i desequilibris que genera el sistema agroalimentari globalitzat. D'una banda, per als productors i productores: mentre que les empreses torradores i distribuïdores augmenten any rere any els beneficis, les famílies cafeïcultores obtenen remuneracions cada vegada més baixes, que les col·loquen en una situació de precarietat i pobresa cronificada. A més, es veuen obligades a endeutar-se per mantenir els seus cultius i satisfer les necessitats bàsiques. Segons un estudi elaborat per la Coordinadora de Comerç Just a França, productores i comerciants van rebre, entre 2014 i 2017, només el 16 % del valor total del cafè al mercat, mentre que vint anys enrere,

aquest percentatge era del 24 %. Les grans empreses agroalimentàries aprofiten, en el cas del cafè, però també en la comercialització d'altres productes alimentaris, la feblesa dels països empobrits del Sud global, on es produeix bona part dels aliments que es consumeixen al Nord global, per perpetuar el cercle de pobresa en els productors i productores. Això els aboca a la malnutrició, malalties, analfabetisme o a la migració de les seves llars.

Les conseqüències del model comercial global són també nocives per al medi ambient. La producció intensiva de cafè i els gasos d'efecte hivernacle en tot el procés agreugen la desforestació i la contaminació. Més del 50 % de les zones intertropicals on es cultiva actualment el cafè (el Brasil, el Vietnam, Colòmbia i Indonèsia concentren el 67 % de la producció mundial) ja no seran aptes l'any 2050, a causa de l'augment de temperatures, de pluges i d'etapes àrides prolongades.

L'increment de la pobresa i de les desigualtats i la destrucció del medi ambient que implica el model agroalimentari globalitzat porta, doncs, a un escenari de pèrdua de sobirania alimentària de les poblacions locals, tant al Sud com al Nord global.

Comerç just: una alternativa respectuosa amb els drets humans i ambientals

Per revertir l'impacte del sistema agroalimentari i obrir canals de comercialització en què prevalguin les necessitats de les persones i la cura dels ecosistemes, des de la productora fins a la consumidora, el comerç just es reivindica com a alternativa. Es tracta d'un moviment internacional que persegueix la justícia global i que ha desenvolupat un model comercial basat en deu principis, que

Les grans empreses agroalimentàries aprofiten la feblesa dels països del Sud global per perpetuar el cercle de pobresa en els productors i productores



poden resumir-se en el respecte dels drets humans, laborals i socials, amb l'establiment d'uns salaris dignes i condicions laborals adequades; l'establiment d'unes relacions comercials democràtiques, justes i estables i la protecció del medi ambient, mitjançant tècniques de producció ecològiques i curoses amb l'entorn.

“Lluitem per construir una xarxa no només comercial, sinó també d'incidència i sensibilització, que vagi en favor dels petits productors i productores i de la seva sobirania alimentària. Hem de posar al centre la dignitat i la qualitat de la vida de les persones”, afirma Rubidia Escobar, membre de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños (as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC), una cooperativa que agrupa mil organitzacions a 24 països de l'Amèrica del Sud i la zona caribenya.

El comerç just aposta, a més de per uns preus coherents, per un model de democràcia participativa en què les famílies tenen veu i vot en el que cultiven. “Els productors i productores decideixen en igualtat de condicions a les assemblees què volen produir i de quina manera i a quins projectes socials destinaran la prima econòmica de les organitzacions. Per tant, també hi ha un retorn social”, afegeix Escobar. Aquest funcionament participatiu, transparent i col·lectiu, com-

El comerç just aposta, a més de per uns preus justos, per un model de democràcia participativa en què les famílies tenen veu i vot en el que cultiven

↑
Dones de Chajul
seleccionen
manualment
grans de cafè,
Asociación
Chajulense Va'l Vaq
Qujol (Guatemala)
/ OPMEER REPORTS

parteix molts valors amb el moviment cooperativista. No és estrany doncs que, tal com apunta la Coordinadora Estatal de Comercio Justo, la meitat de les organitzacions productores de comerç just adoptin la forma de cooperatives.

Les finances ètiques han tingut un paper fonamental en la contribució a la inclusió financera de les productores i entitats de comerç just. “Posem al mateix nivell la viabilitat econòmica del projecte que l'impacte positiu que pot tenir en la comunitat i en el medi ambient, i oferim també recursos no monetaris, com formació i assessoraments”, explica Sergi Salavert, d'Oikocredit Catalunya. L'any 2021, Oikocredit va destinar el 76 % de les seves inversions i microcrèdits a projectes d'inclusió financera als països del Sud global.

Sobirania alimentària, a Nord i a Sud

La sobirania alimentària és el dret que tenen els pobles a definir i controlar els seus sistemes alimentaris i de producció d'aliments localment, de forma equitativa, sobirana i respectuosa amb el medi ambient. A Catalunya, són moltes les organitzacions que treballen per teixir xarxes de producció i de consum d'aliments agroecològics i que aposten per una transició cap a sistemes alimentaris i societats justes i sostenibles, que tinguin cura dels ecosistemes. Arran de Terra, Quèviure o La Magrana Vallesana en són una mostra, però n'hi ha d'altres iniciatives que es poden trobar al mapa col·laboratiu de l'economia solidària Pam a Pam.

Per mitjà del comerç just, aquests criteris de sobirania alimentària també poden aplicar-se a aquells productes que formen part del nostre consum, però que s'han d'importar perquè no es poden cultivar de proximitat a Catalunya, com el cacau, el sucre de canya o el cafè. “A través del comerç just ens podem assegurar que les famílies que han cultivat aquell aliment han pogut decidir lliurement la seva producció i que han treballat en condicions dignes”, defensa Hilari Cuadriello, membre de La Magrana Vallesana, una associació de 300 famílies de consumidores i productores agroecològiques de les comarques del Vallès.

Per al seu col·lectiu, també és fonamental que tota la cadena sigui justa. “Un producte de comerç just que acabi a la prestatgeria d'una gran superfície, per mi, deixa de ser just, perquè, tot i que pugui ajudar a les productores del Sud, en aquestes empreses no són justos ni els sous que paguen a les treballadores ni la ‘desforestació’ que provoquen acabant amb els comerços de barri”, apunta.

Per mitjà del comerç just, els criteris de sobirania alimentària també poden aplicar-se a productes que formen part del nostre consum, però que s'han d'importar perquè no es poden cultivar de proximitat



Es preveu que l’any 2050 el transport marítim, que representa gairebé el 90 % del transport mundial, augmenti les seves emissions entre un 50 % i un 250 %

Justícia ambiental i de gènere

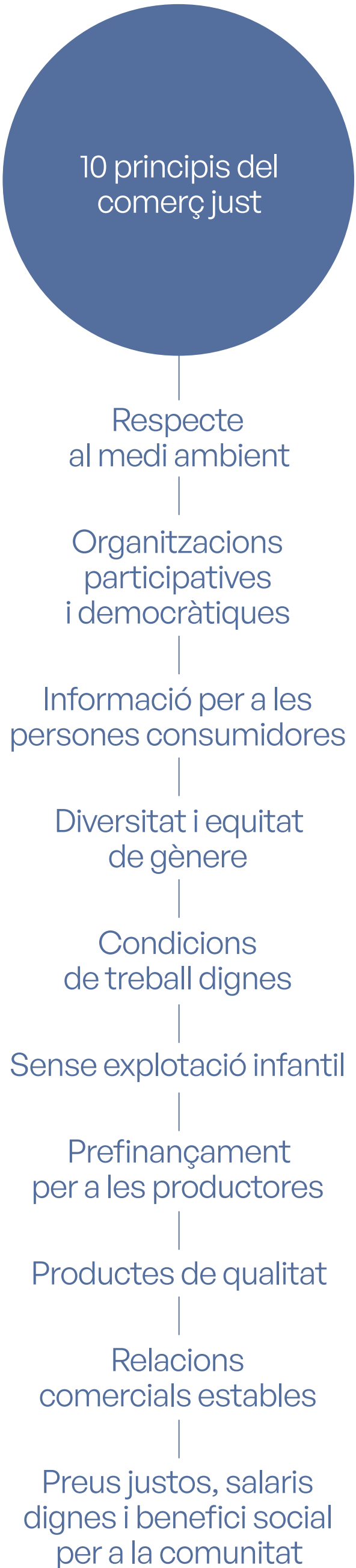
La crisi climàtica, cada vegada amb efectes més perceptibles i extrems com onades de calor, incendis o ciclons, ha fet que es disparin encara més les desigualtats, sobretot entre les comunitats vulnerables dels països empobrits. En aquest replantejament, la cadena del comerç internacional i el seu impacte també estan sota revisió. Segons l’Agència Internacional de l’Energia, el transport internacional de mercaderies representa el 43 % de les emissions totals de transport, el 6 % de les emissions globals durant el 2010. Es preveu que l’any 2050 el transport marítim (que representa gairebé el 90 % del transport mundial) augmenti les seves emissions entre un 50 % i un 250 %, arribant a causar el 17 % del total d’emissions. En avió, la petjada ecològica és major: transportar aliments per aire emet 50 vegades més gasos d’efecte hivernacle que transportar la mateixa quantitat per mar. També els monocultius de soja en països com el Brasil o l’Argentina han obligat milers d’agricultores a migrar i han desforestat àmplies zones de conreus tradicionals. Segons un informe d’Ecologistes en Acció, les multinacionals de la soja han provocat la desforestació de 230.000 hectàrees a la zona brasilera del Cerrado entre agost de 2020 i juliol de 2021.

Les organitzacions de comerç just han fet seva la lluita contra l’emergència climàtica i per la sostenibilitat. “En totes les nostres organitzacions estem realitzant formacions teòriques i pràctiques per diversificar cultius, aprendre sobre seguretat alimentària i els efectes del canvi climàtic, i estem promovent el conreu en horts, a patis de famílies i a escoles rurals en diferents municipis”, explica Exolina Aldana, presidenta de la Cooperativa de productes de comerç just Augusto César Sandino, a Nicaragua.

L’informe de 2021 d’Oxfam Intermon “Comercio y crisis climática” apunta també que el comerç just, en garantir una estabilitat econòmica als productors i productores, permet que desenvolupin sistemes més resistents i de baixes emissions, com ara l’agricultura ecològica, la reforestació o l’economia circular. Leonor García, responsable d’Impacte de Comerç Just a l’entitat, destaca en un informe que els productes de comerç just incorporen avaluacions de l’impacte ambiental cada vegada més exigents, i apel·la també al “poder dels consumidors i consumidoras per escollir aquests productes i contribuir a la lluita contra el canvi climàtic i les desigualtats globals”.

El comerç just també té entre els seus principis la igualtat de gènere, en un món en què les dones ho tenen difícil per accedir a les terres: segons les Nacions Unides, només el 13 % de propietàries de terres són dones. En les organitzacions de comerç just, malgrat que l’accés a la terra és un repte en què ja s’està treballant, el lideratge de les dones és ja una realitat. Segons un informe de 2019 de l’Organització Mundial de Comerç Just, a aquestes organitzacions hi ha un 51 % de dones en els Consells d’administració (12 % en les empreses convencionals) i un 52 % de dones conselleres delegades (un 9 % en el mercat globalitzat).

Per tirar endavant aquest canvi de paradigma cap a una economia transformadora, el consum conscient és una peça fonamental. Els grups de consum, els mercats de pagès, les petites botigues de comerç just o els supermercats cooperatius són els espais on trobar productes ecològics i de proximitat i de temporada de productors locals, però també cafè, cacau o sucre produït, comercialitzat i també distribuït en condicions justes.



David Amaya León Gutiérrez desmunta una part d’un sistema d’irrigació mòbil (El Salvador) / OPMEER REPORTS

Un moment de la collita d’enciam de la fundació Espigoladors / OPMEER REPORTS

DESMUNTEM FALSOS MITES SOBRE EL COMERÇ JUST

Identifiquem mites al voltant del comerç just i en parlem amb expertes implicades en promoure un consum d'aliments produïts amb criteris de sostenibilitat i de justícia social

Anna Celma → @Acelmameler

Segons l'informe "El comerç just a Catalunya: 2019", el sector havia computat 3,99 milions d'euros en vendes. A territori de l'Estat espanyol l'any 2021 les vendes creixien respecte de l'any anterior, arribant als 137,4 milions d'euros, segons FairTrade. La presència creixent de cafè, sucre, cacau o te de comerç just en supermercats convencionals i grans cadenes també indica que els productes arriben a un cercle cada vegada més ampli de persones. Tot i això, encara hi ha alguns mites en contra en l'imaginari col·lectiu que persisteixen.

"El comerç just no és sostenible per al medi ambient"

Per exemple, especialment amb l'emergència climàtica, una crítica repetitiva contra el comerç just és la petjada ecològica del seu transport, ja que els productes fan camí des de països del Sud global (productors) a països del Nord global (consumidors). María Daniela Alpízar Hidalgo i Betzabé Hernández, de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC), argumenten que "la producció sostenible busca mitigar-ne els impactes i aplicar tècniques que capturin carboni a través de sòls saludables, cobertura vegetal i gestió adequada dels residus. És important reconèixer els esforços de les organitzacions per planificar una producció sostenible adaptada al clima" de cada territori.

Per Laura López Vera, de la cooperativa paraguaiana Manduvirá, seria interessant comparar-ho amb els efectes climàtics del transport de tots els aliments que no són de comerç just i que també s'exporten al Nord global. A més, avui en dia, el transport és habitualment marítim i, per tant, en emprar vaixells, els productes viatgen en el sistema vigent menys contaminant.

"La traçabilitat no està garantida"

Un altre mite és aquell que al·lega que no es pot garantir la traçabilitat. La primera certificació de comerç just data de l'any 1988 i des d'aleshores el sector ha evolucionat molt. Com explica Maria Alpízar, només es certifiquen organitzacions conformades per petites productores, amb sistemes de control intern, com auditories i inspeccions d'aquestes cooperatives o associacions productores. Això blindia la traçabilitat i la transparència del sector.

Ana Correro Humanes, de la cooperativa catalana Arran de Terra, creu que tant al sud com al nord, "la petita i mitjana producció agroecològica fan un gran esforç per transmetre la importància de la seva feina i el model que defensen. No és només la defensa del seu ofici sinó del territori que custodien. Tendim a demanar-les més i més, sense adonar-nos que el que hem de fer és reclamar molta més transparència i justícia a l'agronogoci. S'ha de fer un exercici rigorós de fiscalització, exigència per rendir comptes i compensació econòmica a les empreses que s'enriqueixen a costa de la salut de les persones i el planeta", defensa.

"El comerç just va en contra de la sobirania alimentària"

També s'argumenta que el comerç just va en contra del consum local i dels productes de temporada, o que atempta contra la sobirania alimentària. "És una fal·làcia pensar que replica directament o indirectament el colonialisme al Sud global. Al contrari, promou i protegeix la producció diversificada, tant per preservar la seguretat i la sobirania alimentària, com per garantir la sostenibilitat", defensa López Vera, refutant que

el sector causi dependència dels països productors respecte dels consumidors, o que contribueixi a perpetuar el model agroindustrial de monocultius.

Cal fer l'exercici d'imaginar quantes problemàtiques socials s'evitarien si s'apliqués la dinàmica del comerç just a escala global. En particular, un dels col·lectius especialment beneficiat és el de les dones, perquè "més enllà de promoure l'oportunitat de millorar la seva qualitat de vida, els hi proporciona llibertat, gràcies a una feina i lluita intenses". Alhora, aquests projectes empresarials tendeixen a ser més viables i sostenibles econòmicament, per la qual cosa, aporten solidesa amb mirada llarga en la vida de les seves treballadores i impulsores.

Hi coincideix Carrero, perquè el comerç just s'esforça "a defensar l'agricultura familiar, que gestiona finques



Il·lustracions
/ IVONNE
NAVARRO VARAS

“El comerç just promou i protegeix la producció diversificada, tant per preservar la seguretat i la sobirania alimentària com per garantir la sostenibilitat”, defensa Laura López (Manduvirá)

més reduïdes i fomenta la biodiversitat, la cura del territori, etc. També per millorar les relacions comercials d'aliments entre Nord i Sud global, com una eina d'internacionalisme solidari”, conclou.

“Els productors depenen només de les exportacions cap al Nord”

Des de la CLAC afirmen que, tot i que en molts casos les exportacions representen la part més important dels ingressos anuals de les productores, això no equival a una dependència, sinó a l'accés a un preu diferenciat per mitjà d'una certificació reconeguda. Per exemple, permet invertir en maquinària i millorar les iniciatives productives. Alpízar i Hernández assenyalen que les famílies productores diversifiquen o complementen els seus ingressos amb altres activitats, i també produeixen per l'autoconsum.



Per aquests projectes, és vertebrador fer accessible la producció al conjunt de les poblacions locals, les comunitats rurals i els pobles originaris. Posen com a exemple Mèxic, on hi ha iniciatives que estan intentant equilibrar els volums d'exportació i enfocar-se al mercat d'origen en la venda de cafè. Ara bé, creuen que és vital que les autoritats nacionals dels països productors promoguin més l'autoconsum. Al Paraguai, unida amb diversos fronts associatius, la cooperativa Manduvirá està treballant per polítiques públiques que donin suport a la producció orgànica i local.

D'altra banda, Corroero convida a fer autocrítica des dels països del Nord consumidors d'aquests aliments. “Les dietes occidentals actuals són cada cop més dependents d'aliments forans o que són molt més barats a altres llocs del món, generalment al Sud global. La importació d'aliments per a les nostres boques esdevé una exportació de precarietat i empobriment social i cultural a l'altra banda del món”, argumenta. Creu que costa molt admetre que cal un canvi de dieta amb una menor dependència d'aliments quilomètrics, que promogui una producció local diversa i rica nutricionalment i justa amb el sector primari. “Els circuits han de ser tan curts com sigui possible, amb el mínim d'intermediàries. Segurament, ho imposarà l'emergència climàtica”, constata.

La sobirania alimentària implica la democratització del model alimentari, relacions justes en totes les baules de la cadena. I en aquells productes en què no sigui possible una producció i un consum de quilòmetre zero, el comerç just es presenta com l'alternativa necessària per assegurar condicions dignes per als projectes productors del Sud i permetre que puguin també garantir la sobirania alimentària als seus territoris.

“SOM EL CONTRAPÈS PER EVITAR ELS DESASTRES QUE GENERA EL LLIURE MERCAT”

Entrevistem Betzabé Hernández, especialista en sobirania alimentària de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC), que compta amb més de mil organitzacions a 24 països

Víctor Yustres → @victoryus3

És realment útil el comerç just per al desenvolupament de la sobirania alimentària i l'agroecologia als territoris on treballem?

Sí. Hem vist en els darrers anys que el comerç just pot impulsar aquest model de producció. Fa temps que treballem amb tècniques d'agroecologia, que se sostenen sobre l'agricultura familiar i que s'han pogut desenvolupar gràcies a la venda de productes d'exportació. A les regions on treballen les nostres organitzacions, les famílies estan acostumades a tenir un pati amb diversitat de cultius per al consum familiar. La sobirania alimentària, que es desenvolupa gràcies al comerç just, ajuda a posar en el centre el benestar i necessitats de les famílies.

Què implica la implantació de l'agroecologia a la producció d'aliments?

Estem aprenent de l'agroecologia com a eina i com a filosofia de vida. L'agroecologia permet la producció orgànica: les tècniques agroecològiques són la base, per exemple, de la producció del cafè a les nostres organitzacions. Produir tenint en compte les característiques de la terra

permet desenvolupar un model de producció més sostenible. També estem desenvolupant la producció amb llavors locals i rescatant coneixement dels pobles locals sobre quines plantes poden servir com a aliment. Amb paciència, impulsem mesures a mitjà termini per generar una producció que sigui beneficiosa per a les persones i l'ecosistema.

Quina és la diferència entre agroecologia i agricultura familiar?

L'agricultura familiar es basa en un entorn productiu en què una família treballa, produeix aliments i té el seu suport. L'agroecologia seria una eina i una forma de vida que consisteix a cuidar la biodiversitat i intentar que no s'alterin els equilibris d'aquest entorn productiu. Cal anar buscant les causes que generen desequilibris naturals per poder corregir-los i, sobretot, prevenir-los. Una agricultura familiar pot utilitzar tecnologies no tan locals, com fertilitzants o pesticides, encara que no és tan comú. L'agroecologia procura reduir aquestes dependències externes i treballar amb els recursos i les eines locals.

Com conviu el vostre model productiu amb el de les grans multinacionals de la indústria alimentària?

En alguns casos, de manera tranquil·la, i en altres casos, més conflictiva. Per exemple, quan es va intentar evitar l'entrada de la soja transgènica a alguns països del continent va ser una batalla dura, perquè sabíem que afectaria greument les abelles i la salut humana, però hem aconseguit plantar-hi cara. Som també una referència pel que fa a model de treball just. Sempre que es generin xarxes per desenvolupar models de solidaritat, d'economia social o circular, trobareu els actors de comerç just participant i fent una tasca d'incidència. Som el contrapès per evitar tots els desastres que genera el lliure mercat quan el que importa és la maximització del guany, i no pas el benestar de les persones i de la natura.



“És fonamental la participació de dones i joves a l'hora de decidir en què s'inverteixen els guanys i els excedents. La sobirania alimentària ha d'anar acompanyada de la igualtat de gènere”

Un repte important a molts països de l'Amèrica del Sud és la manca d'accés a la terra, sobretot per a les dones. Com ho abordeu?

Continua sent un desafiament. A molts països, les organitzacions de productores es van fundar per mitjà de processos de reformes agràries, en els quals les dones, tot i ser-ne part activa, com en el cas de Nicaragua o el Salvador, van quedar al marge de la distribució de terres. Estem fent esforços per sensibilitzar les organitzacions que no només sigui la persona inscrita com a propietària de les terres -que acostuma a ser un home- qui participi en els espais de decisió, sinó que hi hagi participació plena d'homes i dones. En alguns casos, s'ha avançat en mesures a favor de la igualtat. A Guatemala, per exemple, hem impulsat projectes per traslladar part de la terra a les dones per produir cafè. Així, algunes produccions de cafè liderades per dones han aconseguit posicionar el producte internacionalment. Experiències d'èxit com aquesta mostren les organitzacions que, moltes vegades, no depèn només de més recursos financers, sinó de voluntat.

Des de la sobirania alimentària, es fa també una revisió dels rols de gènere al camp?

Sí. Cal canviar l'enfocament que es té dins l'agricultura familiar que l'home és l'únic que treballa, perquè s'ocupa de la terra. També hi ha tasques com encarregar-se dels aliments o del suport de la família, que fan majoritàriament les dones, que també formen part de la feina. De la mateixa manera, és fonamental la participació de dones i joves a l'hora de decidir en què s'inverteixen els guanys i els excedents. La sobirania alimentària ha d'anar acompanyada de la igualtat de gènere.

La participació de les persones joves també és un element central a les estratègies del comerç just. Com la fomenteu?

És un repte que la gent jove s'impliqui al camp. Als països on treballem, és molt comú que hi hagi migracions forçoses per manca de feina. Durant generacions, s'ha educat la gent jove per deixar la pagesia, perquè era sinònim de pobresa. Però això està canviant. Tenim programes de crèdits econòmics enfocats a joves i també comptem amb escoles de lideratge i empoderament. Algunes joves han decidit retornar al camp i reprendre la feina familiar als cafetars, per exemple. Perquè han vist que al camp hi ha menys estrès i despeses que a la ciutat i que les condicions de vida i de treball a les nostres organitzacions són dignes.

“Als països on treballem, és molt comú que hi hagi migracions forçoses per manca de feina. Durant generacions, s'ha educat la gent jove per deixar la pagesia, perquè era sinònim de pobresa”

Com s'adapten les vostres organitzacions als impactes de la crisi climàtica?

Hi ha molts camps per abordar, i són especialment les persones joves les més preocupades amb aquest tema. S'interessen per utilitzar tecnologies menys invasives amb el medi ambient, per renovar la collita amb varietats resistents a certes plagues que s'han estès amb el canvi climàtic, com en el cas del cafè... Es demana a les organitzacions de comerç just que compleixin aquestes mesures, però cal exigir-ho també a les macroempreses alimentàries: que disminueixin la seva enorme empremta de carboni i el seu ritme de creixement depredador.



VEUS DE LA SOBIRANIA ALIMENTÀRIA, A SUD I A NORD

Meritxell Rigol → @TxellRigol

Mercè Casabona Ferré,
productora de Fruits del Gaià



“Necessitem que la gent valori el producte fruit de condicions de justícia”

A l'explotació de Fruits del Gaià (l'Alt Camp) hi fan créixer ametlles i olives. La família de Mercè Casabona Ferré hi ha cultivat durant generacions i, a poc a poc, han transformat les plantacions en cultius ecològics. “Bàsicament, per convicció”, especifica. “Implica més despeses, més feina i la producció baixa, però és el que ha de ser”, diu, sobre l'aposta per l'agroecologia. Lamenta que treballar el camp amb químics no es penalitzi, que aquesta altra manera de produir, continuï sent la majoritària perquè no es trobi amb barreres que la vagin “desgastant”. Per guanyar sostenibilitat, Casabona tenia en comú amb altres productores agroecològiques de la zona que els calia poder vendre productes elaborats. Feia anys que es plantejaven comptar amb un obrador i és el que han aconseguit associant-se i creant la cooperativa La

Brostada. Fruits del Gaià, Menjamiques i Soca-arrel l'han impulsat per poder-hi treballar els seus productes, però al que aspiren és a facilitar que també altres petites productores agroecològiques aprofitin aquesta eina, per tenir més possibilitats de mantenir la seva activitat al territori. “Treballem per la sobirania alimentària, l'objectiu és ser autosuficients de manera col·lectiva i escala local”, exposa Casabona. Clara Martín Riu, una altra de les sòcies impulsores de La Brostada, planteja que, a més de comptar amb el reconeixement de producte ecològic, s'ha d'ampliar la mirada i identificar si la producció és en condicions de justícia. També els de proximitat. “Productes d'aquí de l'entorn són fruit de l'explotació i les males condicions de treball. Trobar contractes al camp és excepcional. Per la qual cosa, s'ha de valorar aquell producte que és fruit de condicions de justícia. I més enllà de comptar amb segells, necessitem que la gent ho valori”, defensa.

Exolina Aldana,
membre de la cooperativa
Augusto César Sandino



“Som la majoria, però les petites productores no tenim els recursos per competir amb les transnacionals”

En preguntar-li què és el que fa just el seu cafè, parla primer de la qualitat que garanteixen, cosa que exigeix, segons considera, que el producte estigui lliure de químics. Després, menciona la cura pel medi ambient de la seva activitat: “No només ens hem d'adaptar al canvi climàtic, també hem de mitigar-lo”, defensa Exolina Aldana, membre de la cooperativa nicaragüenca Augusto César Sandino. I, finalment, menciona el que té a veure directament amb la vida d'aquelles que posen les mans per fer créixer el cafè: “No hi ha explotació per guanyar-hi diners”, sintetitza Aldana. Ara bé, encara no aconsegueixen vendre tot el cafè que produeixen en aquestes condicions en circuits del comerç just. Explica que una part de la producció han d'acabar-la venent

a grans empreses del sector. “Les consumidoras són essencials per canviar-ho, perquè nosaltres produïm el total del nostre producte en condicions de comerç just, però caldria que se'n comprés més com a producte de comerç just”, remarca. Seria la manera de deixar d'haver-ne de vendre també a transnacionals, “empreses que no cultiven com nosaltres a mà per no contaminar”, en diu Aldana. “Lluitem contra les desigualtats que generen. Som la majoria. Però no hi podem competir. No tenim els recursos que tenen les transnacionals per invertir en tot el que inverteixen. Aquestes empreses estan en tot el procés, en la producció i en la comercialització, de manera que prenen decisions sobre el preu, a diferència de les petites productores, que no poden”, afegeix.

Laura López,
cooperativa Manduvirá



“El comerç just trenca un sistema que enfonsa persones desprotegides”

El “desarrelament rural” és, per a Laura López, una tendència que cal frenar. Diu que moltes persones joves com ella migren cap a ciutats, i fins i tot travessen fronteres, per buscar una qualitat de vida que no troben al seu voltant. La seva aposta és contribuir a cultivar condicions de vida dignes per a qui treballa la terra, per mitjà de la cooperativa Manduvirá, que aplega un miler de productores de sucre orgànic al Paraguai. “El comerç just és el tipus de comerç que trenca un sistema que enfonsa les comunitats i persones desprotegides, en situació de pobresa, i els dona esperança, perquè respecta els drets labo-

ral, unes relacions comercials justes i estables, la democràcia en la presa de decisions i la protecció del medi ambient”, planteja. Remarca que dins de la cooperativa promouen alhora el comerç just i la sobirania alimentària, que, considera, “es complementen i suposen dos reptes que van junts enfront dels impactes socials i mediambientals de l’agroextractivisme”. Diu López que “la indiferència” a l’hora de consumir és una amenaça: “De la falta de consciència, qui se n’aprofita és la indústria que promou tot el que nosaltres lluitem per erradicar, en l’extrem oposat de la justícia social i climàtica que persegüim”.

Hilari Cuadriello,
membre de La Magrana Vallesana



“En productes que es cultiven aquí al costat també hi ha explotació”

Fa més d’una dècada que La Magrana Vallesana va començar a posar en contacte productores amb consumidores que volien comprar el que creix als camps més propers a casa. “Trojàvem que al Vallès Oriental hi havia molt poc consum de producte agroecològic i les productores agroecològiques ens deien que havien d’anar a vendre a Barcelona, que no hi havia un lloc des del qual distribuir tot el que s’estava produint a la comarca”, recorda Hilari Cuadriello, membre de l’associació. La necessitat que el producte que s’estava cultivant a la comarca es pogués consumir a la comarca mateixa, sumada, diu Cuadriello, a la “necessitat de consumir producte agroecològic, per la nostra salut i per la salut del planeta”, va fer que persones que s’havien trobat en l’entorn dels movi-

ments socials comencessin a pensar la fórmula per aconseguir-ho. Dels 2.000 articles de La Magrana, amb 400 famílies sòcies, el 80% es comercialitza en circuit curt. “Sense iniciatives com aquesta, la pagesia amb qui treballem estaria en una situació de precarietat total. Per elles és una ajuda que hi hagi projectes d’autoconsum. Moltes haurien optat per buscar-se la vida d’una altra manera, si no poguessin vendre el seu producte amb un preu just i en condicions estables”, planteja Cuadriello. Considera que iniciatives com aquesta han de llegir-se com a part del moviment pel comerç just, a més de ser projectes que contribueixen, amb el consum de proximitat, a la sobirania alimentària.

Rosa Olivia Rizo Úbeda,
presidenta de la junta directiva d’Aldea Global



“Aportem un gra de sorra perquè a les petites productores se les tracti amb justícia”

Un producte que es cultivi amb pràctiques curoses amb l’entorn natural i la garantia per qui l’ha cultivat d’un preu digne per la seva feina és el contracte de mínims que diferencia el cafè venut pels circuits de comerç just de la resta de cafè. De la majoria, de fet. “Estar organitzades és el que ens permet poder desenvolupar-nos i tenir accés a productes de primera necessitat”, remarca Rosa Olivia Rizo Úbeda, productora i presidenta de la junta directiva d’Aldea Global. L’organització ofereix serveis i busca nous mercats per a l’exportació del cafè de més de 13.000 petites productores agroecològiques a Nicaragua. Una problemàtica amb què topen és no aconseguir que tot el cafè produït en condicions de comerç just es vengui amb aquesta consideració. “És un repte comptar

amb més persones consumidores sensibilitzades sobre els beneficis col·lectius que genera la compra de productes de comerç just, que siguin conscients del suport que suposa aquest consum per a milers de famílies, per a les quals l’arrelament a la terra és vital”, afegeix María Mercedes Alemán Meneses, responsable de comunicació d’Aldea Global. Tot i les barreres pendents de superar, no hi ha dubtes sobre la via: agroecologia i treball decent. “Aportem cada una de nosaltres un gra de sorra perquè les productores no estiguin desprotegides; perquè tinguin un lloc des del qual se les tracti amb justícia”, defensa Rizo.



UNA OFERTA A L'ABAST DE TOTHOM

Supermercats cooperatius, economats socials, botigues especialitzades, mercats de pagès i grups de consum formen una xarxa de punts de venda de productes de comerç just i responsable que intenta adaptar-se a totes les butxaques i disponibilitats

Guille Larios → @La_Directa

Ja fa anys que les lluites i reivindicacions del moviment de l'agroecologia i el consum responsable guanyen suport a la societat. La crisi ecològica i energètica galopant també ha fet augmentar la necessitat i les ganes de consumir productes que provenguin del territori, que hagin estat produïts localment, i apostar, sempre que sigui possible, per cadenes curtes de distribució. En el cas que hàgim d'importar aliments que no es poden produir localment, com el cafè o el cacau, que siguin certificats de comerç just. Una aposta que implica, per tant, reduir el màxim que es pugui la contaminació que genera el transport i la logística d'aliments provinents de qualsevol racó del món en un mercat tan globalitzat com l'actual.

Tanmateix, el creixement de l'economia social i solidària i la lluita per la dignificació de les condicions laborals, tant de productores com de treballadores presents al llarg de tot el procés, ha generat una conscienciació creixent en cada cop més capes de població respecte a què, com i d'on prové el que entra a les nostres llars.

Així, des de fa anys, diferents formats d'establiments i opcions de consum guanyen força com a alternativa als grans supermercats i grans cadenes de distribució, que capitalitzen etiquetes com "eco" o "bio". A més, conformen una xarxa que intenta adaptar-se a les diferents necessitats, disponibilitats i capacitats econòmiques.

A barris de Barcelona s'organitzen mercats de pagès per enllaçar consumidores i productores i com a alternativa a les grans superfícies

La connexió entre ciutat i mercat de pagès

“Els mercats de pagès permeten una connexió entre camp i ciutat, una transmissió de coneixements, perquè permeten un diàleg en primera persona entre consumidors, productors i pagesos, que coneixen el que planten, coneixen els productes, l'esforç que suposa i són especialistes”. Ho explica Rosa Batalla, membre del projecte cooperatiu Menjador Ca la Rosa. Un dels molts projectes que impulsa aquesta cooperativa de treball és el Mercat de Pagès de la Sagrera, que se celebra cada dos diumenges a la plaça de Masadas. “És un èxit total. Jo diria que és el mercat de pagès més frondós, generós i concorregut de Barcelona. L'hem cuidat molt”, declara satisfeta. I afegeix: “Respon a una necessitat real del barri. La distribució de circuit curt no és fàcil de trobar, poques botigues són productores (només alguns forns de pa), perquè, normalment, si ets botiguer, no pots ser productor. El 50% del producte que tenim és ecològic certificat i a un preu competitiu. Així, és un *win-win*, tant per al productor, que dona sortida directa als seus productes, com per al client, perquè surt guanyant en termes de qualitat-preu”.

Els mercats de pagès han experimentat un creixement els darrers anys. En el cas de Barcelona, diferents barris de la ciutat organitzen aquestes trobades per enllaçar consumidores i productores, sense intermediaris, alhora que pretenen ser una alternativa a les grans superfícies. Per defensar els seus interessos i la seva activitat, moltes d'aquestes iniciatives s'han constituït en cooperatives de treball, i s'han enxarxat amb coordinadores que serveixen de paraigües. També existeixen *mercados campesinos* amb la mateixa filosofia a països de l'Amèrica del Sud com Guatemala, Colòmbia, Mèxic o Bolívia.

El Menjador Ca la Rosa també impulsa projectes com un càtering o el menjador escolar propi, des d'on dona sortida a productes de comerç local i responsable, amb un valor social, sense grans marques industrials. “Som una minoria. Encara hi ha molt per fer. Per exemple, igual que ara tenen tota mena de llets, la restauració podria tenir infusions, postres o cafè de comerç just i això seria molt transformador. Cal entendre i afegir valors als productes que venem perquè el consum sigui més compromès. Per mitjà del consum la gent pot fer un acte polític”.

↩
Artigacoop a Olot
(la Garrotxa)
/ ALBA DANÉS

→
Un dels Mercats de Pagès
a Barcelona
/ ARXIU

Botigues, cooperatives i especialitzades

Les botigues d'herboristeria i dietètica fa anys que són presents a pobles i barris de tot el territori. Moltes d'elles es troben associades a Bioconsum, una central de compres i serveis especialitzada en el subministrament de productes ecològics i formada, avui dia, per més de seixanta botigues independents de Catalunya i el País Valencià.

Després d'anys de debat sobre el futur del sector, i amb ganes de compartir més que compres i serveis, membres de Bioconsum creen Molsa, una cooperativa de botigues d'alimentació. Des del seu naixement l'any 2016, la xarxa de botigues de Molsa ha arribat fins a les setze botigues que hi ha repartides actualment per tot Catalunya.

Un altre exemple es va donar a la ciutat de Terrassa (el Vallès Occidental). Les ganes i la necessitat de fer un salt d'escala, d'aconseguir més varietat de productes i amb un preu més econòmic, va portar a la fusió de dos grups de consum de la ciutat. L'any 2018 naixia l'Egarenca, una ecobotiga cooperativa especialitzada, formada per més de cent famílies sòcies. “Som un projecte singular, diferent, una riquesa per a la ciutat, basada en cooperativitzar el consum. Des del 2018 hem facturat prop d'un milió d'euros, que en gran part van destinats a la pagesia local. El 78% del que es paga per cada producte va directament als productors”, explica Marc Montlló, membre del projecte.

“El 78 % del que es paga per cada producte va directament als productors”, explica Marc Montlló, membre de l'ecobotiga cooperativa l'Egarenca

Tot i que l'època de la covid-19 està portant problemes per la baixada de facturació, Montlló valora el sentit d'aquests projectes: “Tots aquests espais de consum col·lectiu representem infraestructures bàsiques per a l'agroecologia, tant per la relació que tenim amb productors locals com per la intercooperació amb altres projectes singulars”.

L'aterratge dels supermercats cooperatius

El supermercat cooperatiu Park Slope Food Coop de Nova York és un projecte que aplega més de 17.000 sòcies, ha generat setanta llocs de treball i ofereix un ventall de 15.000 productes diferents. La seva experiència ha quedat reflectida en documentals i ha influït sobre els supermercats cooperatius que aterren amb força a casa nostra. Diferents iniciatives han obert des de l'any 2018 al llarg del territori: Som Alimentació a València; Supercoop, a Manresa; Food Coop, a Barcelona; la Feixa, a Mataró; l'Artiga, a Olot, o Terranostra, a Palma.

Aquestes botigues parteixen d'una escala més gran que els grups de consum, les petites botigues especialitzades o els econòmats socials, petits supermercats cooperatius amb productes ecològics que se situen en els locals comercials, a sota de cooperatives d'habitatge, com, a Barcelona, la Borda a Sants o Cirerers a Roquetes. En els supermercats cooperatius, una part de les seves tasques és professionalitzada (amb sòcies de treball o personal contractat), però es complementen amb la participació de les consumidores, que aporten hores a la cooperativa amb treball voluntari.

A les prestatgeries d'aquests establiments s'hi troben productes alimentaris, frescs o envasats, articles d'higiene personal, neteja, etc. Es prioritza que siguin ecològics, de proximitat i que minimitzin els embolcalls, tot i que en alguns casos també recorren a altres productes per aconseguir preus més ajustats.

Tots aquests espais de distribució són una oportunitat per trobar productes ecològics, de proximitat i de comerç just i una peça més en la cadena per enfortir un model alimentari just i sostenible.



SIS EXEMPLES PER ALIMENTAR-SE I CONSUMIR AMB VALORS

Ens fixem en sis alternatives, tant de proximitat com de comerç just, per a un consum sostenible d'aliments que formen part de la nostra dieta, com el cafè, els cigrons o les carxofes

Bodegó
/ VICTOR SERRI
→

Laura Masó → @aix_lau

Al' hora de comprar, les consumidores som les que tenim la responsabilitat de decidir quins productes escollim. Diversos estudis de màrqueting demostren que decidim no només segons el preu, sinó també, de forma inconscient, per la forma de l'envàs, la col·locació a les prestatgeries o, fins i tot, l'olor de l'establiment. Però hi ha altres criteris a tenir en compte a l' hora d'omplir la cistella, si el que volem és ser compradores conscients i alimentar-nos seguint aquesta filosofia.

La procedència del producte o les condicions laborals i mediambientals amb les quals s'ha produït són els indicadors bàsics en què ens hem de fixar. A partir de sis productes diferents, ens aproximarem a aquesta forma no només de consumir, sinó d'alimentar-nos. “Al final, el nostre consum ha d'estar dins els nostres valors”, afirma Maria Fernández, responsable de campanyes de La Coordi, entitat que agrupa diverses organitzacions de comerç just, un dels elements a tenir en compte en fer les nostres tries.

1

Cigrons

Una de les raons per les quals podem escollir un producte és per la seva proximitat. Hi ha molts petits productors que es troben al nostre territori i que han desenvolupat projectes innovadors, recuperant varietats tradicionals o utilitzant pràctiques respectuoses amb el medi ambient.

És el cas d'Aleix Mallafré de Cal Amat, un geòleg que va decidir continuar la tradició familiar creant el seu propi projecte agroecològic amb la intenció d'oferir una alternativa de consum i omplir un buit al Baix Penedès. Una de les seves especialitats són els llegums i, en concret, el cigró, que distribueix, tant sec com cuit, a municipis propers i al mateix obrador. Mallafré destaca la importància que té el consum local i els projectes arrelats al territori, malgrat les dificultats climàtiques a què ha de fer front. “Em manté l'amor i el romanticisme cap a l'entorn, cap a l'espai natural i cap a una manera de fer alternativa de plantar cara al sistema global i al sistema de mercat” explica.

Les consumidores del seu producte en valoren la qualitat i facilitat de compra per sobre del preu, i agraeixen que se'ls informi per mitjà del grup de WhatsApp que utilitza per fer les comandes de l'evolució o les problemàtiques que hi pot haver al llarg del procés.

2

Cafè

Un dels principals problemes causats pel cultiu tradicional del cafè ha estat l'explotació infantil i la destrucció del territori, mentre que quan el cafè és de comerç just i ecològic, es vetlla perquè els infants no abandonin els estudis per les feines del camp i es cuidi l'entorn. La introducció d'espècies per fer ombra i evitar la desforestació i l'aplicació de metodologies per no contaminar els rius amb l'abocament d'aigües mieles (aigües residuals del cafè), filtrant-les i convertint-les en adob orgànic, en són dos exemples.

Consumir cafè a establiments que venen paquets de la “Xarxa Cafè Ciutat”, que promociona el cafè de comerç just amb noms de municipis catalans, és una bona pràctica, així com buscar tant en els comerços com en cafeteries i restaurants, aquells cafès amb la certificació de comerç just. Alternativa 3, que compten amb l'única torradora de comerç just de tot l'estat, van ser pioneres fa trenta anys a importar cafè ecològic i de comerç just, encara que avui dia se'n pot trobar també a les grans superfícies.

3

Sucre

El sucre, amb les seves múltiples formes i derivats, és un producte indispensable a totes les llars dels Països Catalans. Des dels seus orígens, ha estat un cultiu molt intensiu i controlat per grans terratinents. Amb la certificació de comerç just s'assegura que les explotacions siguin de petites productores, es redueixen les dimensions de les explotacions i es combinen amb altres cultius i també s'aconsegueix reduir l'impacte ambiental. El control de la despesa d'aigua mitjançant sensors d'humitat o l'ús dels residus forestals generats per cremar i realitzar el procés de transformació del sucre són pràctiques habituals.

La major part del sucre arriba en un estat de transformació gairebé final. Tot i això, cada vegada existeix més varietat en el refinament que es du a terme des de l'origen, la canya de sucre. La panela, el sucre mascavado o el vermell són alguns exemples.



4

Cacau

En el procés de producció i transformació del cacau de comerç just es promou que sigui en origen, també per fomentar-ne la venda al mateix país, mentre que, antigament, s'importaven les llavors per elaborar la pasta de cacau i la mantega de cacau al Nord global i es pagava un preu molt baix a les productores. La forma de cultiu també és més respectuosa amb l'entorn, deixant les fulles a terra per donar humitat a la planta i evitant la desforestació. Per altra banda, el fet de pagar un preu just fa que moltes famílies accedeixin a escolaritzar els seus fills, en lloc de fer-los treballar només a les explotacions.

Cada vegada hi ha més establiments on trobar productes elaborats amb cacau de comerç just. Si el que volem és qualitat, justícia certificada i proximitat, ho trobem amb Chocolates Solé, una empresa tradicional i familiar que des de 1946 realitza tot el procés de la xocolata, i aposta per la qualitat ecològica i de comerç just. També Alternativa 3 i Oxfam tenen xocolates de comerç just.

5

Avellanes

La forma amb què s'organitzen les treballadores és també un aspecte a tenir en compte a l'hora de comprar un producte. Tant si ens trobem a Catalunya com a altres països, el sistema cooperatiu és democràtic, participatiu i vetlla tant per les persones com pel territori.

La cooperativa l'Avellanera, a la Selva del Camp (el Baix Camp), n'és un exemple. Nascuda el 1985, vetlla per l'evolució, la modernització i la innovació de les explotacions agràries per assegurar-ne el futur dels productes que ofereixen: oli, avellanes i ametlles. Però no només ho fa amb tecnologia, sinó que ha volgut repensar el cooperativisme i ha desenvolupat nous productes per fer més atractius els seus productes a les consumidores i s'ha adherit a la Federació de Cooperatives Agràries de Catalunya per a poder-los distribuir en línia. Les delícies d'avellana o el bombó d'avellana són les darreres novetats, sempre amb el certificat de proximitat i dins la DOP Siurana.

També amb l'avellana, però amb una forma completament diferent d'arribar al mercat, trobem en Jordi de Can Verdet, que fa "agroecologia d'arrel", com ell mateix denomina. La principal diferència és que es tracta d'un sol productor que complementa els fruits secs amb les cistelles d'hortalisses, que prepara no només amb els seus cultius sinó amb els d'altres productors col·laboradors que d'altra manera no tindrien sortida.

6

Carxofes

Si es tracta de recuperar fruites, verdures i hortalisses que es farien malbé als camps, hem de parlar d'Espigoladors i el valor afegit que prenen les mermelades i patés que elaboren.

A banda de fer espigolades per recuperar aliments que d'altra manera s'haurien fet malbé i enviar-los a entitats socials que fan distribució solidària d'aliments, han creat la línia de productes És im-perfect, una marca de conserves vegetals compromesa amb la sostenibilitat ambiental i la justícia social. Segons Berta Vidal, de la Fundació Espigoladors, el que es fa és donar una segona oportunitat tant a les fruites i les verdures excloses del mercat com a persones que estan fora del sistema laboral, ja que l'obrador és un espai d'inserció laboral per persones en risc d'exclusió social.

El paté de carxofa és un dels productes És im-perfect, elaborat amb carxofes que els agricultors del Parc Agrari del Baix Llobregat han descartat perquè són de segona categoria o de final de collita i no entren en el mercat convencional. Un cop les adquireix Espigoladors, passen a l'obrador, on són transformades en paté, envasades i etiquetades. Un petit text amb l'explicació del projecte acompanya el producte, que es pot trobar tant en botigues de barri com en determinats supermercats de Catalunya.

Aquesta tardor, connecta't amb el Sud i alimenta el teu coneixement

Aprèn i assaboreix
els matisos
del comerç just

10.11.2022, 18.30 h

Tast de cacau amb els cinc sentits

Amb la cooperativa Conacado
de la República Dominicana
i Oikocredit.

15.11.2022, 18.30 h

Què sabem del sucre de canya?

Amb la cooperativa Manduvirá
del Paraguai i la nutricionista
Mireia Anglada.

24.11.2022, 18.30 h

Les vides que vestim

Amb les iniciatives tèxtils
Sera Orgànica i Veraluna.

29.11.2022, 18.30 h

Què hi ha dins la teva tassa de cafè?

Amb la cooperativa Comulacs
de Nicaragua i Alternativa3.

Activitats en línia.

Més informació i inscripcions a:
lacoordi.cat/inscripcions

Crèdits

Coordinació del suplement:

Irene Selvaggi i Míriam Blázquez

Coordinació de continguts:

Víctor Yustres

Redacció:

Víctor Yustres, Anna Celma,
Meritxell Rigol, Guille Larios,
Laura Masó

Fotografia:

Victor Serri

Maquetació i disseny:

Amaia Moran

Correcció:

Miriam Tijani

Suplement editat per:

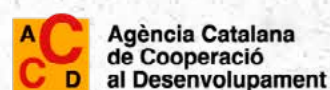
Directa



Entitats membres de LaCoordi:



Amb el suport de:



Entitats participants:

