

transformative
social innovation
theory

Innovación social transformadora: EL MOVIMIENTO SLOW FOOD

Resumen del estudio de caso sobre Slow Food elaborado por Adina Dumitru, Isabel Lema-Blanco, Iris Kunze y Ricardo García-Mira.



This project has received funding from the European Union's Seventh Framework Programme for research, technological development and demonstration under grant agreement no 613169

Acerca de TRANSIT:

TRANSIT es un Proyecto de investigación internacional que tiene por objeto desarrollar una teoría de la innovación social transformadora que resulte de utilidad tanto para investigadores como activistas sociales. Está cofinanciado por la Comisión Europea y tiene una duración de cuatro años, a partir de 2014 hasta 2017. El consorcio TRANSIT consta de 12 socios de toda Europa y América Latina. Para obtener más información, por favor visite nuestro sitio web: <http://www.transitsocialinnovation.eu/>.

Acerca de este documento:

Este documento es una introducción al estudio de caso realizado sobre el movimiento Slow Food. Tanto el estudio de caso como este resumen han seguido las preguntas de investigación empírica sobre la base del marco conceptual del proyecto TRANSIT. Dicho aproximación se focalizará en tres dimensiones: (1) Emergencia de la Innovación Social; (2) Dinámicas transformadoras de la Innovación Social; (3) Procesos de agencia en la Innovación Social.

Este resumen presenta las interpretaciones de las y los investigadores y no necesariamente reflejan los puntos de vista y matices de las iniciativas y de los propios encuestados. Para una relación completa de cada red transnacional y el caso local, incluyendo citas de entrevista y matices expresados por los encuestados, nos referimos al informe de estudio de caso, que está disponible en la Web <http://www.transitsocialinnovation.eu/resource-hub/slowfood>

Agradecimientos:

Los investigadores agradecen la colaboración y disponibilidad de todas las personas entrevistadas y, especialmente, queremos reconocer la colaboración y apoyo de Alberto López de Ipiña (Slow Food Araba-Vitoria) y Valentina Bassanese (Slow Food International Association). En el caso de Slow Food-Freiburg, queremos dar las gracias a los miembros de esta iniciativa local así como a Elke Fein por sus valiosos comentarios y sugerencias.

Citar este documento:

Dumitru, A., Lema-Blanco, I., Kunze, I. & García-Mira, R. (2016). Innovación social transformadora: Un resumen del estudio de caso sobre el movimiento Slow Food (*Transformative Social Innovation: A summary of the case study report on the Slow Food Movement*). TRANSIT: EU SSH.2013.3.2-1 Grant agreement no: 613169

Date: 22 de Enero de 2016

Authors: Adina Dumitru, Isabel Lema-Blanco, Iris Kunze, Ricardo García-Mira

Contact: adina.dumitru@udc.es

Índice de contenido

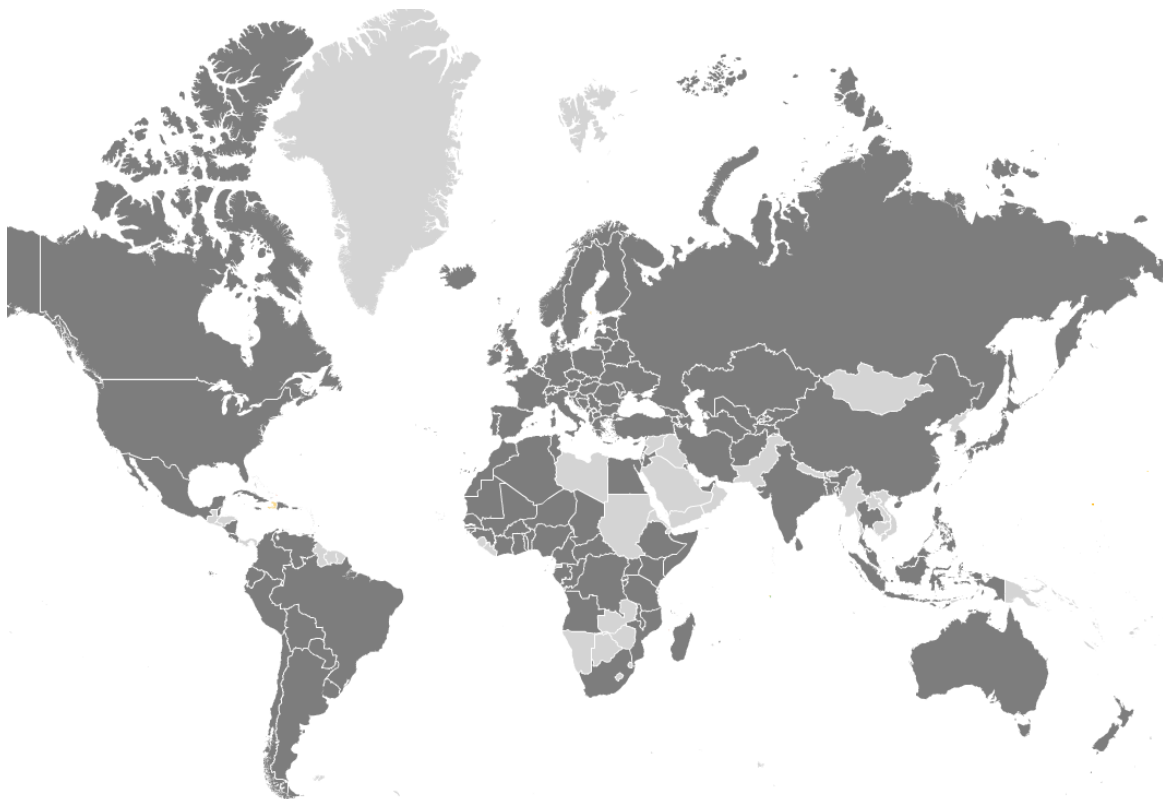
1. Introducción al Movimiento Slow Food.....	4
2. Emergencia de la Innovación Social.....	6
3. Dinámicas de Innovación Social Transformadora.....	8
4. Agencia en la Innovación Social Transformadora.....	10
5. Referencias	12

1. Introducción al Movimiento Slow Food

El movimiento Slow Food ha sido definido como un "movimiento cultural", basado en el valor cultural intrínseco de la producción local, y que critica el sistema de producción de alimentos globalizado y deslocalizado. Slow Food es un movimiento alternativo, que *"representa un acto de rebelión contra una civilización basada en los conceptos estériles de la productividad, la cantidad y el consumo de masas, destruyendo costumbres, tradiciones y formas de vida y, en última instancia, el medio ambiente"* (Petrini en Hodgson y Toyka, 2007: 138). Las ciencias sociales han estudiado ampliamente la aparición del movimiento Slow Food, su evolución, retórica, discurso político y el impacto social del movimiento en el contexto global y local (Andrews, 2008; Sassatello y Davolio, 2010; Kjørstad, 2007; Siniscalchi, 2013; Hall, 2012, Paz, 2006; Scheneider, 2008). Además, un buen número de líderes y representantes de Slow Food (**Carlo Petrini, Vandana Shiva, Alice Walters, Piero Sardo**) son autores de relevantes publicaciones dirigidas a difundir la filosofía y el discurso *Slow*, tales como: *"Buono, pulito e Giusto. Principi di nuova gastronomia"* (Petrini, 2005), *"Revolución de la comida lenta: Una nueva cultura para comer y vivir"* (Petrini y Padovani, 2006) o la más reciente *"Slow Food Nation: ¿Por qué la comida debe ser buena, limpia y justa?"* (Petrini et al, 2013).

El movimiento Slow Food, fundado en Bra (Italia) en 1986, está coordinado por la Asociación Internacional de Slow Food. La red transnacional está presente en 160 países de todo el mundo, con 1.500 convivium (manifestaciones locales) formadas por 100.000 miembros y 1.000.000 de seguidores. Slow Food también cuenta con varias asociaciones nacionales (Italia, Alemania, Suiza, Estados Unidos, Japón, Países Bajos, Brasil, Kenia y Corea del Sur) y dos Fundaciones Internacionales: La **Fundación Slow Food para la Biodiversidad** y la **Fundación Terra Madre**; y es fundadora de la **Universidad de Ciencias Gastronómicas** (Italia). Este estudio analiza el surgimiento, evolución y organización de la **Asociación Slow Food Internacional** y dos manifestaciones locales europeas: el convivium **"Slow Food Araba-Vitoria"** (País Vasco, España) y el convivium **Freiburg-Südbaden"** (Alemania). Estudiaremos las motivaciones y los discursos del cambio desarrollados por la asociación durante sus casi 30 años de historia. Analizaremos especialmente las dinámicas internas y externas desarrolladas por la red, y los **procesos de agencia y empoderamiento** que explican su impacto social, la influencia política y la capacidad de transformación social.

Figura 1: mapa representativo de la presencia del movimiento Slow Food en el mundo.



Fuente: adaptación de los autores. Mapa original obtenido en la Web:
<http://www.slowfood.com/international/4/where-we-are>

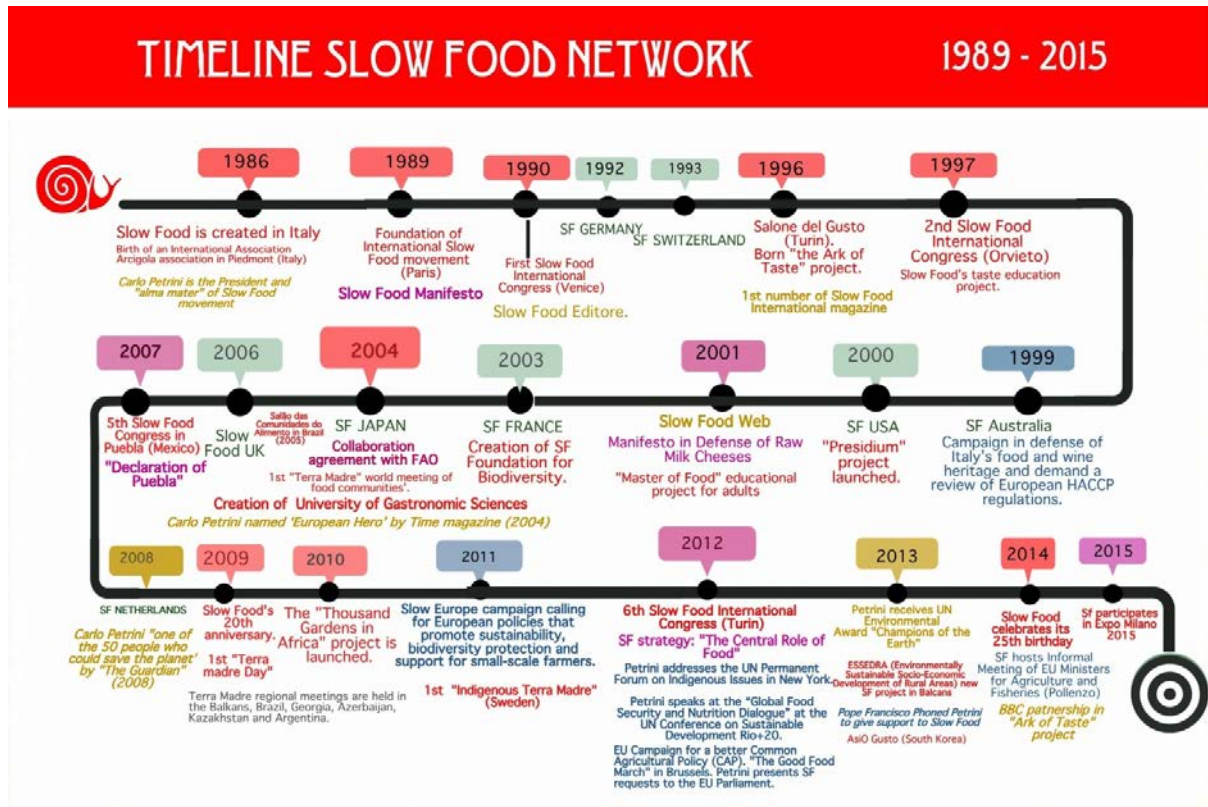
2. Emergencia de la Innovación Social

Slow Food es una asociación global que persigue objetivos culturales, ambientales y sociales, construidos con base en la “centralidad del alimento”, contribuyendo a la consolidación de un discurso global crítico, que propone **estilos de vida sostenibles** y un consumo responsable. La red es considerada un “nuevo movimiento social” (Schneider, 2008) que representa un *“acto de rebelión” contra el sistema económico insostenible que destruye los hábitos alimentarios, cultura y estilos de vida* (Petrini en Hodgson & Toyka, 2007). Slow Food nació en Italia en 1986, bajo el liderazgo del periodista y activista social Carlo Petrini, como un contra-movimiento que se opone al concepto de “fast food” (“comida rápida”), y orientado a *“apoyar y defender la buena comida, el placer gastronómico y una ritmo lento de la vida. Posteriormente, amplió sus lugares para abrazar la calidad de vida, el desarrollo y la sostenibilidad local y global de conservación de la biodiversidad”* (Irving & Ceriani, 2013). Slow Food propone una **visión holística de la gastronomía**, que ofrece alternativas políticas y pragmáticas para hacer frente a los principales retos sociales globales. La iniciativa reivindica un nuevo sistema económico y base de nuevas relaciones sociales”, defendiendo el derecho de “bueno, limpio y justo”, como el derecho humano primordial de garantizar. El movimiento defiende sobre todo “el derecho al placer”, en relación placer, activismo social y el compromiso político tanto en el ámbito local e internacional.

La red internacional tiene su sede en Bra (Italia) y, desde 1989, el movimiento se ha extendido a lo largo de 160 países – en ambos hemisferios, norte y sur- organizándose a través de iniciativas locales denominadas “convivium”. El movimiento favorece el desarrollo sostenible de las comunidades locales y rurales, así como la preservación de las culturas locales y la biodiversidad, a través de proyectos de intervención – como el “*Arca del Gusto*”, “*Mercados de la Tierra*”, “*Baluartes*” - o la creación de “*comunidades del alimento*” en todo el mundo que: *“romper el ciclo de distribución mayorista, no compitiendo con las grandes marcas, sino potenciando el consumo de productos locales de calidad. Creamos circuitos cortos de comercialización que impulsan una relación directa entre consumidores y productores. También conlleva la innovación en la venta de productos”* (activista de Slow Food).

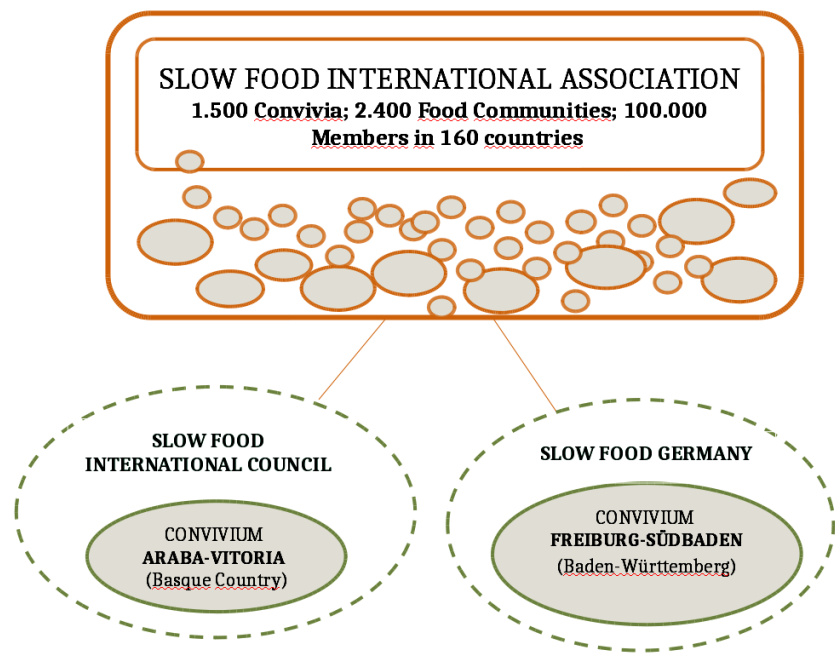
Slow Food es considerado, por las organizaciones internacionales como la Organización para la Agricultura y la Alimentación de las Naciones Unidas (FAO) o la Unión Europea, un **actor político relevante** y un interlocutor fiable. Sus representantes participan en foros internacionales (como el Foro Permanente para las Cuestiones Indígenas; la Conferencia de Naciones Unidas sobre Desarrollo Sostenible Río + 20) y su trabajo ha recibido numerosos premios y el reconocimiento de los medios de comunicación de ámbito internacional.

Figura 2: Línea del tiempo del movimiento Slow Food.



Fuente: Dumitru, Lema-Blanco, Kunze and García Mira, 2016.

Figura 3: demarcación del estudio de caso del movimiento Slow Food



Fuente: Dumitru, Lema-Blanco, Kunze and García Mira, 2016.

3. Dinámicas de Innovación Social Transformadora

La filosofía Slow Food trasciende el campo de la alimentación y propone estilos de vida sostenibles y un nuevo sistema de alimentación basado en un cambio de las relaciones entre los consumidores y los pequeños productores de alimentos locales. Sus objetivos, valores y actividades han evolucionado drásticamente con el tiempo, adaptándose a las nuevas necesidades y objetivos de la sociedad; dando lugar a un movimiento social denominado "eco-gastronomía". Slow Food propone un modelo de consumo donde las personas dejan de ser meros consumidores para convertirse en coproductores en sistemas de consumo más democráticos.



Source: Slow Food International Association website.

Slow Food ha sido capaz de introducir **nuevas formas de conocer, hacer y de relacionarse** dentro de los sistemas (principalmente locales) de consumo de alimentos, basadas en las relaciones de confianza entre productores y consumidores. Slow Food propone un **cambio en dichas relaciones de mercado, de los modelos competitivos a modelos colaborativos** basados en el intercambio de conocimientos: *"Por supuesto que nos ayudamos unos a otros. No tengo ningún problema para ayudar a alguien, para enseñarles cómo hicimos nosotros. Me gustaría ser capaz de suministrar a toda la demanda local. Estoy encantado de explicarle a todo el mundo que nos pide ayuda"* (activista de Slow Food).

El consumo local implica, asimismo, **cambios en la demanda** (de consumo de alimentos), en los **estilos de vida** y en las **relaciones sociales** que se establecen. Los activistas de Slow Food reclaman **"el derecho al placer"**, el placer de la comida, fortaleciendo las relaciones humanas y de "convivialidad" con la familia y amigos. Comer es una experiencia placentera, pero que también conecta con la tradición, la familia y las raíces culturales: *"Nos falta la pausa, tiempo para relajarnos, para hablar las cosas con tranquilidad. No es habitual hoy en día, pero es*

importante... me gusta la tranquilo. Disfruto de una pequeña charla. Estamos hablando de cosas antiguas a las que estamos volviendo gradualmente" (activista de Slow Food). Los activistas de Slow Food confían firmemente en su **capacidad para contribuir al cambio social, político y sistémico**, no sólo en relación con la producción y consumo de alimentos, sino también en relación con el desarrollo local y rural, la protección del medio ambiente y la educación. A pesar de ser una minoría, consideran que las decisiones de consumo tienen impacto directo en el contexto local y el medio ambiente: *"Somos una minoría, pero tenemos la capacidad de influir, cambiar las cosas poco a poco, a través de actividades de educación alimentaria que cambian las decisiones individual de consumo"* (activista de Slow Food).

Los líderes de Slow Food han percibido, en la última década, un cambio positivo en el discurso de la ciudadanía, así como una creciente concienciación en temas de salud y el derecho de acceso a una alimentación de calidad: *"percibimos un cambio a nivel global, especialmente en los Estados Unidos, donde nació la filosofía de comida rápida nació"* (Paolo di Croce, 2015). Slow Food ha influido, en cierto modo, las políticas públicas locales y regionales. La red internacional ha firmado numerosos acuerdos con los gobiernos nacionales (Brasil, Colombia, México, Chile, China, Corea del Sur, etc.) para el asesoramiento en el desarrollo de políticas públicas, convirtiéndose en un interlocutor clave para la Unión Europea o la FAO.



Slow Food Campaign: Terra Made Day. Source: Slow Food Website

4. Agencia en la Innovación Social Transformadora

En esta sección se analizan los fenómenos de agencia generados dentro del movimiento Slow Food, la relación entre las motivaciones y procesos de empoderamiento y cómo y en qué medida dichos procesos de agencia se manifiesta en la red internacional. A partir del análisis de la red internacional y las iniciativas locales (Slow Food Araba-Vitoria, en España, y Slow Food Freiburg, en Alemania) identificamos una serie de estrategias impulsadas por Slow Food para (intencionalmente o no) satisfacer las necesidades y aspiraciones de sus miembros y la mejora de los **procesos de empoderamiento individual y colectivo**:

- Desarrollo de una identidad común, una visión colectiva de cambio, una misión que trasciende el contexto local y conecta con otras personas que comparten ideas afines en todo el mundo.
- Formulando un discurso coherente de cambio, presentando la red como una minoría consistente, con capacidad de transformación a través de su actividad local y global.
- Formulando un discurso de pertenencia a un grupo que comparte valores comunes y satisfacer las necesidades de autonomía, relación y competencia.
- Estructuras de gobierno que permiten autonomía y la libertad de experimentación y acción.
- Actividad externa y la actividad de redes para ganar influencia social y política.

El discurso de Slow Food conecta con las necesidades básicas de los individuos y sus motivaciones intrínsecas que, en cierto modo, parecen ser satisfechas por o dentro de la iniciativa. La teoría de la autodeterminación de Deci y Ryan (2000), explica el fenómeno de agencia en relación con la relevancia que tiene para los individuos una determinada circunstancia o situación (ej. Participación en una iniciativa social) y su significancia para el intento o deseo de las personas de satisfacer sus necesidades psicológicas básicas

Los activistas de Slow Food experimentan **necesidades y motivaciones similares**:

- Necesidad de **autonomía**.
- Deseo de **connexion/relación con otros**.
- Necesidad de vivir/trabajar de manera **coherente** con sus valores.
- Deseo de **contribuir de manera significativa** en su comunidad.
- **Preservar la identidad local y conexión con el pasado** de su comunidad, a través de la protección del patrimonio cultural y culinario.
- **Actuar localmente** y trabajar en un proyecto transformativo.
- Devolver a campesinos, agricultores y productores su **dignidad y reconocimiento**.
- **Proteger el medio ambiente** y preservar la biodiversidad.

(relacionarse, autonomía, competencia). La iniciativa de innovación social es capaz de cumplir con dichas **motivaciones intrínsecas y extrínsecas** en términos de coherencia con los valores y las ideologías personales de la gente, la contribución a la propia comunidad de una manera significativa; la preservación de la identidad local y la conexión con el pasado de la comunidad; o devolver a los campesinos, agricultores y productores su dignidad y reconocimiento.

Slow Food ha desarrollado una **retórica cargada de simbolismo y persuasión** que refuerza "*el sentimiento de pertenencia a una comunidad global*", fundamental para los procesos de agencia, empoderamiento y escalamiento de las iniciativas de innovación social. Los líderes de Slow Food acentúan los vínculos emocionales entre la comida, el placer, el hedonismo y la "convivialidad". Además, ponen de relieve la conexión con el pasado de la propia comunidad, su cultura, tradiciones o paisaje.

La red defiende una visión de **liderazgo distribuido**. Slow Food promueve estructuras de gobierno autónomas que refuerzan procesos de empoderamiento individual y colectivo y crea espacios para el liderazgo y la participación social. Cada "convivium" local favorece la participación de sus miembros a través de una organización interna abierta y flexible, fortaleciendo lazos de amistad y apoyo mutuos.

Los miembros de Slow Food desarrollan un **sentido de competencia** cuando perciben que son capaces de contribuir a su comunidad de una manera significativa. El **empoderamiento colectivo** surge a través del reconocimiento externo y el apoyo internacional que recibe la iniciativa social, aumentando su capacidad para crear sinergias y alianzas con otras iniciativas sociales e instituciones públicas y, finalmente, ganando capacidad de influencia sobre las políticas internacionales y regionales.

5. Referencias

- Andrews, G. (2008). *The slow food story: Politics and pleasure*. Montreal: McGill-Queen's University Press.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological inquiry*, 11(4), 227-268.
- Hall, C. M. (2012). The contradictions and paradoxes of slow food: Environmental change, sustainability and the conservation of taste. *Slow tourism: Experiences and mobilities*, 53-68.
- Hodgson, P. H., & Toyka, R. (Eds.). (2007). *The Architect, the cook and good taste*. Berlin: Birkhauser Verlag AG.
- Irving, J. & Ceriani, S. (2013). *Slowfood companion*. Slowfood (Dissemination brochure).
- Kjørstad, I. (2007). *Slow Food. Counteracting fast food and fast living*. Proceedings: cases in sustainable consumption and production: Workshop of the Sustainable Research Exchange (SCORE). http://score-network.org/files/9594_Proceedings_workshop.07.pdf#page=189
- López de Izpina, A. (2015). Conference in University of the Basque Country. <https://www.youtube.com/watch?v=4oJOfW4T8XM>
- Peace, A. (2008). *Terra Madre 2006: Political theater and ritual rhetoric in the slow food movement*. http://www.jstor.org/stable/10.1525/gfc.2008.8.2.31?seq=1#page_scan_tab_contents
- Petrini, C. (2005). *Buono, pulito e giusto. Principi di nuova gastronomia*, Einaudi, Torino.
- Petrini, C., & Padovani, G. (2006). *Slow food revolution: A new culture for dining & living*. Rizzoli Intl Pubns.
- Petrini, C. (2013). *Slow food nation: Why our food should be good, clean, and fair*. Rizzoli Publications.
- Roos, G., Terragni, L., & Torjusen, H. (2007). The local in the global—creating ethical relations between producers and consumers. *Anthropology of food*, (S2).
- Sassatelli, R., & Davolio, F. (2010). Consumption, Pleasure and Politics Slow Food and the politico-aesthetic problematization of food. *Journal of Consumer Culture*, 10(2), 202-232. <http://joc.sagepub.com/content/10/2/202.short>
- Schneider, S. (2008). Good, clean, fair: The rhetoric of the Slow Food movement. *College English*, 384-402. <http://www.jstor.org/stable/25472277>
- Siniscalchi, V. (2013). Environment, regulation and the moral economy of food in the Slow Food movement. *Journal of Political Ecology*, 20, 295-305.
- Slow Food International Association website: <http://www.slowfood.com>
- Slow Food Convivium Araba-Vitoria (the Basque Country, Spain), Website: <http://slowfoodaraba.es>
- Slow Food Convivium Freiburg-Südbaden (Germany), Website: https://www.slowfood.de/slow_food_vor_ort/freiburg/genussfuehrer