



“Yo como real y saboreo mi territorio”

Una apuesta por la alimentación real en Colombia

Damaris Tamara¹

Gestada en el Caribe colombiano, la campaña “Yo como real y saboreo mi territorio”, es una experiencia de comunicación fruto de un proceso de construcción colectiva y participativa, en el que aportan organizaciones sociales, campesinas y campesinos, matronas, colectivos y medios de comunicación alternativos.

La iniciativa es liderada por FIAN Colombia, con más de diez años de trabajo político, incidencia y movilización territorial a favor del Derecho Humano a la Alimentación, tiene como principal objetivo promover la alimentación real y empoderar a las comunidades para construir una gobernanza popular alimentaria.

Desde este esfuerzo colectivo entre las organizaciones de la región Caribe,² se busca hacer exigible el derecho humano a la alimentación, el Sistema Nacional para la Garantía Progresiva del Derecho Humano a la Alimentación y la soberanía alimentaria, así como fomentar la creación de ambientes alimentarios saludables e impulsar la implemen-

tación efectiva de la Ley 2120 de 2021 (Ley Comida Chatarra), los impuestos saludables a los productos comestibles y bebidas ultra procesados y la regulación de la publicidad, promoción y patrocinio de estos mismos productos.

Una metodología inspirada en la sabiduría popular

La campaña fue diseñada e implementada bajo una metodología participativa, fundamentada en la comunicación para el cambio social. Este enfoque guió todas las etapas del proceso, situando la alimentación real como una alternativa emancipadora frente a la dieta corporativa basada en productos ultra procesados.

Desde esta metodología, se promovió la participación activa, el diálogo, la contextualización y el empoderamiento de las organizaciones. Sin embargo, la verdadera esencia de la campaña es el trabajo cotidiano de quienes están en primera línea sembrando, cosechando, cocinando y defen-

1. Comunicadora para el cambio social, integrante del equipo de FIAN Colombia y dinamizadora de la campaña Yo Como Real y Saboreo mi Territorio. C.e. dtamara@fiancolombia.org

2. Corporación Sabores y Saberes, colectivo de mujeres artistas las Callejeras, asociación Grupo Artístico Mujeres Espejos, Pan Rebelde, fundación Educar de Ida y Vuelta, Vokaribe Radio, asociación Funsarep, corporación Comunicación Rural, RED de Inclusión, Colaboración y Gestión, mesa local de infancia y adolescencia Cartagena Mía, asociación integral para el desarrollo social de los Montes de María, mercado popular Santa Rita y los Fogones de Chata.



diendo la alimentación real, las campesinas y campesinos que cultivan la tierra, los defensores de semillas criollas que preservan la biodiversidad, las matronas, guardianas de sabores y saberes ancestrales, los defensores sociales y los colectivos de comunicación que amplifican estos mensajes y abren camino hacia una alimentación real en cada rincón de Colombia.

Mediante la realización de cuatro encuentros grupales virtuales, que se convirtieron en espacios dinámicos de intercambio de saberes sobre la importancia de la alimentación real, personas de distintas edades y trayectorias compartieron sus conocimientos y experiencias alrededor de las causas y consecuencias del cambio en los patrones de la alimentación ancestrales en la región Caribe, los efectos negativos de esta pérdida cultural y nutricional en los territorios y lo más importante, se idearon alternativas comunicativas para promover, apropiarse y defender la alimentación real.

Durante estos encuentros, se trabajó sobre cuatro ejes

- Construcción de mensajes poderosos: De manera colectiva, se crearon mensajes claros para impulsar a las comunidades hacia la gobernanza popular alimentaria. Fueron diseñados para resonar con las realidades locales y fomentar la movilización social.
- Identificación de canales, estrategias y tácticas de comunicación: Se exploraron y definieron las vías más efectivas para difundir estos mensajes, garantizando su llegada a las audiencias deseadas y maximizando su impacto. Para ello, se discutieron tanto plataformas digitales como medios tradicionales, así como actividades en territorio.
- Análisis de efectos y consecuencias negativas de la pérdida de la alimentación: Se reflexiona de forma profunda sobre el impacto que tiene la pérdida de la alimentación real en comunidades urbanas y rurales, identificando sus implicaciones en la salud, la cultura y la soberanía alimentaria.
- Reconocimiento de acciones en defensa de la soberanía alimentaria: Los encuentros permitieron visibilizar las acciones que las comunidades ya están realizando en sus territorios, como huertas caseras, mercados locales y el rescate de semillas criollas y de las preparaciones tradicionales.

La campaña se implementó de forma híbrida, lo que permitió maximizar su alcance a través de una combinación estratégica de medios. En el ámbito digital, utilizó plataformas como Instagram, Facebook, WhatsApp y el envío de correos electrónicos. Complementando esta difusión

digital, la campaña ha logrado una significativa visibilidad a través de medios de comunicación de amplio espectro, incluyendo Caracol Radio, El Universal, Colombia Informa y Vokaribe Radio, asegurando que el mensaje de la alimentación real llegue a audiencias diversas.

También se realizaron acciones pedagógicas y académicas como:

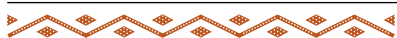
- Lanzamiento en el mercado Santa Rita, Cartagena: Un espacio vital para conversar alrededor de un sancocho de la resistencia
- Jornada de disertación culinaria “Atizando el Fogón” en la universidad del Atlántico: Un foro académico y práctico para discutir la cultura alimentaria y sus desafíos.
- Congreso popular, político y científico de agroecología: Universidad Nacional de Colombia: Ponencia: Un espacio clave para la academia y el movimiento agroecológico para debatir soluciones sostenibles.
- Participación en el congreso internacional de mercados orgánicos, agroecológicos y artesanales, universidad Autónoma Chapingo (México): Un espacio para compartir experiencias y aprender de otros procesos.
- Encuentro de la campaña Colombia Libre de Transgénicos: Fortaleciendo alianzas con movimientos afines en la defensa de la soberanía alimentaria y la protección de las semillas criollas y nativas.

Desafíos para la alimentación real y la soberanía alimentaria en Colombia

A pesar de los importantes avances logrados como la reciente aprobación del acto legislativo 01 de 2025, el cual modifica el artículo 65 y reconoce el derecho humano a la alimentación adecuada de todas las personas; además de la implementación de los impuestos saludables y de la ley comida chatarra; la lucha por la alimentación real y la soberanía alimentaria en Colombia enfrenta una serie de desafíos profundos y sistémicos. Estos obstáculos están arraigados en prácticas políticas y económicas que favorecen a las grandes corporaciones e impiden que las comunidades, gocen plenamente su derecho a una alimentación culturalmente apropiada.

En los laboratorios de co-creación y en las acciones antes mencionadas se identificaron las siguientes barreras:

- Falta de voluntad política: La ausencia de un compromiso firme por parte de los entes gubernamentales nacionales y territoriales, se manifiesta en la no formulación o implementación de políticas públicas que prioricen la alimentación real y la salud de la población sobre intereses económicos particulares.
- Enfoque limitado en seguridad alimentaria: Persiste una concepción predominante de la seguridad alimentaria,



sin evolucionar hacia la visión más amplia de soberanía alimentaria.

- Regulación insuficiente del marketing engañoso: La falta de una regulación efectiva sobre el marketing y la publicidad engañosa de productos comestibles ultraprocesados, condiciona significativamente las decisiones alimentarias de las personas, especialmente en los territorios urbanos y rurales, donde la desinformación es un arma poderosa de la industria.
- Deficiencias en la educación para una alimentación real: Existe una falta de educación alimentaria y nutricional enfocada en fomentar la alimentación adecuada desde edades tempranas y a lo largo de la vida.
- Escasa promoción de campañas saludables: Las iniciativas y campañas en pro de la alimentación saludable, son insuficientes o no cuentan con el respaldo y la visibilidad necesarios para competir con la publicidad de productos comestibles y bebidas ultraprocesados -PCBU.
- Limitada difusión de nuevas formas de transformación de alimentos: No se promueve adecuadamente el conocimiento y la educación sobre nuevas formas de elaboración o transformación de los frutos que brinda el territorio, lo que podría diversificar la alimentación y añadir valor a la producción local.
- Falta de ambientes y contextos alimentarios saludables y sostenibles: No hay suficientes espacios y condiciones que faciliten la producción, acceso y consumo de alimentos reales, como vías terciarias en buen estado para transportar los alimentos, mercados campesinos, incentivos económicos para la producción local, puntos de venta de alimentos frescos o huertas comunitarias.
- Grandes extensiones de monocultivos: La proliferación de grandes extensiones de monocultivos (como la palma de aceite, el aguacate y la teka) desplaza la producción de alimentos diversos para el consumo local y genera dependencia de productos ultraprocesados para enfrentar el hambre.
- Acceso limitado a la tierra y programas de producción: Comunidades campesinas, afros e indígenas, tienen poco acceso a la tierra y a programas que incentiven la producción de alimentos reales, lo que restringe su capacidad de autoabastecimiento y participación en mercados justos.
- Falta de acceso al agua: La escasez de agua potable en muchos territorios es una barrera para la producción campesina, étnica y comunitaria y el consumo doméstico, afectando directamente los cultivos, la producción y preparación de alimentos reales.
- Invasión de productos ultraprocesados: Las tiendas y pequeñas superficies locales están saturadas de estos

productos, que a menudo son más baratos que los alimentos reales, lo que lleva a las comunidades a consumirlos

- Transformación industrial: Los alimentos frescos, cosechados por las y los campesinos, en lugar de llegar directamente a las personas son comercializados por las grandes industrias, que los transforman en productos comestibles y bebidas ultraprocesados, perdiendo su valor nutricional y su conexión con la tierra. Lo que lleva a que la producción local entre a suplir la demanda industrial, dejando sin alimentos a quienes los producen.
- Pérdida de la relación con el campo y saberes ancestrales: Las nuevas generaciones están experimentando una creciente pérdida de relación con el campo. A medida que las poblaciones migran a la ciudad en busca de nuevas oportunidades y una mejor “calidad de vida” y el conocimiento no se transmite efectivamente, se produce una ruptura con los saberes sobre la vocación de cultivar alimentos y de prepararlos de forma tradicional.
- Desvalorización del campesinado: Existe una desvalorización generalizada del campesinado. A menudo son vistos como eslabones menores en la cadena productiva, a pesar de ser los guardianes de la biodiversidad, los productores de alimentos reales y los portadores de conocimientos ancestrales vitales. Esta falta de reconocimiento afecta su bienestar y la continuidad de sus prácticas.
- Elitización y “Gourmetización” de la comida: Fenómenos como el “show gastronómico pizza master” en el que ejemplifican una tendencia preocupante: la elitización y “gourmetización” de la comida tradicional. Estos eventos, si bien populares, a menudo presentan versiones distorsionadas o modernizadas de platos auténticos, que no corresponden con los alimentos que sí son tradicionales y consumidos diariamente por las comunidades. Esto puede llevar a la pérdida de la esencia de la gastronomía local, transformándola en un producto de nicho, inaccesible o irreconocible para quienes históricamente han sido portadoras y portadores del saber.

Finalmente, la campaña es un llamado al gobierno nacional y a los gobiernos territoriales para que avancen en el diseño e implementación de acciones de política pública que permitan la liberación de los territorios de la comida chatarra, promuevan el acceso a una alimentación real, la creación de cadenas de distribución solidaria, y garanticen que las y los titulares de derechos esté en los espacios de toma de decisiones en materia alimentaria y sus voces sean tenidas en cuenta en la toma de decisiones. 🌱

