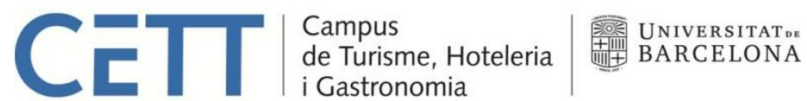


# PROJECTE DE FINAL DE GRAU

## GASTRONOMIA SOCIAL, UN ELEMENT TRANSFORMADOR DE L'ENTORN?

Grau en Ciències Culinàries i Gastronòmiques



7 de Juny de 2019

Tutora:



## RESUM

Aquest treball de Final de Grau s'ha plantejat per conèixer i definir el moviment que actualment està canviant la societat utilitzant la gastronomia com l'eina de transformació principal. La investigació s'ha realitzat degut a l'interès per entendre els motius d'aparició d'aquesta tendència i descobrir qui hi ha darrere els projectes que han sorgint arreu del món en els darrers anys, així com analitzar l'impacte que aquest moviment està generant.

S'ha plantejat la següent hipòtesi a resoldre: “ *Xefs d'alta cuina estan implicats en projectes de 'Social Gastronomy' i per tant, es pot considerar que aquests actors treballen per transformar la societat*”.

Al llarg d'aquest treball d'investigació s'ha creat una definició del concepte de *Gastronomia Social* contemplant les diferents interpretacions que fan referència al terme. S'ha realitzat un estudi extens d'investigació i recerca per conèixer els actors que impulsen aquest moviment així com definir els àmbits on aquest actua. S'ha executat un anàlisi de la situació actual a partir d'articles, notícies i informes, contextualitzant els fets que han desencadenat l'aparició del moviment de Gastronomia Social.

Amb l'objectiu de conèixer si existeix un impacte positiu en l'entorn social utilitzant la gastronomia com a eina de canvi, s'ha realitzat un anàlisi complert dels projectes i iniciatives impulsats per xefs d'arreu del món que formen part del moviment. Aquestes dades s'han comparat amb les d'una organització de dimensions més grans per observar la diferència d'impacte social i econòmic, i s'ha recopilat tota la informació en un document que es troba annexat.

L'estudi ha demostrat que tot i ser una plataforma relativament jove, s'observa un creixement accelerat en l'aparició de projectes al llarg dels anys, creant una xarxa internacional important i manifestant un impacte social positiu en els diferents àmbits on la gastronomia s'hi troba relacionada.

**Paraules clau: gastronomia social, alta cuina, sostenibilitat, activisme social.**

## ABSTRACT

This dissertation has been laid out with the aim of learning and defining the movement that is currently changing the society through gastronomy. This research has been conducted due to the interest in understanding the reasons why this trend has appeared and discover who hides behind the projects that have emerged around the world in the past years, as well as to evaluate the impact this movement is generating.

The following hypothesis has been set out to resolve: “*Haute cuisine chefs are involved in projects of Social Gastronomy and so, it can be considered that these actors work to transform society*”.

Throughout this investigation study a definition of the term *Social Gastronomy* has been created contemplating the many interpretations of the concept. An extensive and detailed study has been conducted with the purpose of unmasking the social actors that promote this initiative, and at the same time establish the fields in which it acts. An analysis of the current situation has been carried out based on articles, reports and news, contextualising the facts that have triggered the emergence of the Social Gastronomy Movement.

With the objective of knowing if a positive impact is happening in the social environment using gastronomy as a tool to achieve thus change, a thorough analysis of the initiatives and projects lead by chefs from around the world who are part of this movement is executed. The data extracted is compared with a much bigger organisation in order to observe the difference of economic and social change, gathering all the information in a document which can be found in the appendices.

The study revealed that though being a relatively new platform, an accelerated growth in the appearance of projects can be observed throughout the years, creating an international network of great importance as well as stating a positive social impact in the different fields in which gastronomy is related.

**Key words: Social gastronomy, haute cuisine, sustainability, social activism.**

## ÍNDEX

<b>1. INTRODUCCIÓ</b>	<b>5</b>
<b>2. HIPÒTESI I OBJECTIUS</b>	<b>5</b>
2.1. OBJECTIUS GENERALS I ESPECÍFICS	5
2.2. METODOLOGIA PLANTEJADA	6
<b>3. MARC TEÒRIC</b>	<b>7</b>
3.1. DEFINICIÓ DE GASTRONOMIA	7
3.2. SECTORS I ACTORS DE LA INDÚSTRIA ALIMENTÀRIA	10
3.3. TENDÈNCIES TRANSFORMADORES EN EL SECTOR DE LA GASTRONOMIA	13
3.3.1. <i>Patrimoni i Slow Food</i>	13
3.3.2. <i>Oferta basada en vegetals</i>	14
3.3.3. <i>Sostenibilitat</i>	15
3.3.4. <i>Malbaratament alimentari</i>	16
<b>4. ÀMBITS ON LA GASTRONOMIA ES RELACIONA AMB LA SOCIETAT</b>	<b>17</b>
4.1. ANTECEDENTS – MENJADORS SOCIALS	17
4.2. ALIMENTACIÓ PER COL·LECTIUS	18
4.3. EDUCACIÓ NUTRICIONAL	19
4.4. CAPACITACIÓ PROFESSIONAL	20
4.5. LLUITA CONTRA EL MALBARATAMENT ALIMENTARI	21
<b>5. ANÀLISI DE LA SITUACIÓ ACTUAL</b>	<b>23</b>
5.1. MOVIMENT DE GASTRONOMIA SOCIAL	26
5.2. PLATAFORMES	27
5.3. CENTRES DE CONNEXIÓ (HUBS)	27
<b>6. METODOLOGIA</b>	<b>29</b>
<b>7. RESULTATS</b>	<b>32</b>
7.1. DEFINICIÓ DEL CONCEPTE DE GASTRONOMIA SOCIAL	32
<i>Objectiu general 1</i>	32
7.2. ÀMBITS DE LA GASTRONOMIA SOCIAL	35
<i>Objectiu 1.1</i>	35
7.3. ACTORS DEL MOVIMENT DE GASTRONOMIA SOCIAL	38
<i>Objectiu 1.2</i>	38
7.3.1. <i>Efectes de la Gastronomia en l'entorn social</i>	44
<i>Objectiu 1.3</i>	44
7.3.2. <i>Moviment de Gastronomia Social (SGM) - Recull de projectes</i>	47
<i>Objectiu 2.1</i>	47
7.3.3. <i>Anàlisi dels projectes i iniciatives</i>	53
<i>Objectiu 2.2</i>	53
<b>8. CONCLUSIONS</b>	<b>54</b>
<b>9. LLISTAT DE REFERÈNCIES</b>	<b>56</b>
<b>10. ÍNDEX DE TAULES</b>	<b>60</b>
<b>11. ÍNDEX DE FIGURES</b>	<b>60</b>
<b>12. LLISTAT D'ANNEXES</b>	<b>61</b>

## 1. INTRODUCCIÓ

Aquest treball de Final de Grau s'ha plantejat per conèixer i definir el moviment de Gastronomia Social, el qual el concepte no existeix com a tal. S'elaboren al llarg del treball les causes de l'aparició del moviment, contextualitzades amb la situació actual. L'augment de projectes al llarg dels anys i l'increment d'aparició a les xarxes socials han captat l'interès per conèixer aquest projecte i dur a terme la investigació.

Es considera interessant fer aquest anàlisi per poder l'impacte que aquest moviment suposa en l'entorn social, així com conèixer qui són les persones que promouen aquest canvi. Es realitzarà també una classificació de les iniciatives, contemplant els objectius i finalitats de cada un dels projectes, així com es realitzarà un anàlisi del procés de creació i implicació en l'entorn social.

L'objectiu principal del treball és crear una definició del tema d'estudi, i comprendre l'impacte i importància d'aquest moviment a nivell mundial.

## 2. HIPÒTESI I OBJECTIUS

La hipòtesi que es planteja per aquest projecte és la següent: "Xefs d'alta cuina estan implicats en projectes de '*Social Gastronomy*' i per tant, es pot considerar que aquests actors treballen per transformar la societat".

### 2.1. Objectius generals i específics

Objectiu general 1: Entendre i definir el concepte de Gastronomia Social.

- 1.1. Definició d'àmbits de gastronomia social.
- 1.2. Identificar els actors implicats en la Gastronomia Social
- 1.3. Comprendre els efectes de la Gastronomia Social en l'entorn social.

Objectiu general 2: Posar en valor els projectes de Gastronomia social com a eixos transformadors de la societat.

- 2.1. Recollida i classificació de projectes.
- 2.2. Anàlisi dels projectes i iniciatives.

## 2.2. Metodologia plantejada

La metodologia que s'emprarà per complir els objectius marcats serà definida de manera més extensa en l'apartat 7. *Metodologia: Pla de treball*. A continuació es mostra una taula resumida amb les metodologies per a cada un dels objectius marcats anteriorment.

<b>OBJECTIUS ESPECÍFICS</b>	<b>METODOLOGIA</b>
<b>1.1.</b> Definir i comprendre els àmbits de la gastronomia social	Comprovar les definicions i termes actuals. Redactar els conceptes de manera detallada i organitzar-los segons la seva relació amb l'àmbit d'estudi.
<b>1.2.</b> Identificar els actors implicats en la Gastronomia Social	Revisió dels llistats que classifiquen els establiments d'Alta Gastronomia Recerca de projectes associats als/les xefs que regenten aquests establiments
<b>1.3.</b> Comprendre els efectes de la Gastronomia Social en l'entorn social	Consultar informació existent i valorar a partir de gràfiques els àmbits estudiats amb anterioritat.
<b>2.1.</b> Recollir i classificar la informació existent sobre els projectes i valorar-los.	Valoració de la informació i organitzar-ne els en format de fitxes descriptives.
<b>2.2.</b> Analitzar i classificar els projectes i les iniciatives	Recerca d'informació existent. Creació d'una pàgina web amb els resultats obtinguts i anàlisi dels projectes.

Taula 1: Metodologia plantejada. Font: Elaboració pròpia.

### 3. MARC TEÒRIC

Aquest apartat sota el títol de Marc Teòric, comprèn tota la informació consultada per tal de fer una revisió dels aspectes més importants que permeti entendre la relació entre Gastronomia i com actua aquesta sobre la societat.

En primer lloc es descriu el terme gastronomia, comparant i valorant diverses definicions donades per actors que juguen un paper important en el sector gastronòmic, extraient al final una sola definició que englobi les diferents posicions i filosofies d'aquests pensadors. Aquesta definició servirà més tard per poder entendre el concepte de Gastronomia Social, comprenent que hi haurà una relació entre els termes que permetrà desencadenar la recerca de informació per tal d'entendre l'entorn actual i els conceptes que hi estan relacionats.

#### 3.1. Definició de gastronomia

Revisant el terme de gastronomia en diccionaris del món anglosaxó i d'altres com l'Enciclopèdia Catalana i la Real Acadèmia Espanyola, apareixen tres acceptacions del concepte: L'art de preparar un bon menjar, l'afició del bon menjar, i el conjunt de plats i tècniques culinàries pròpies d'un lloc determinat (Enciclopèdia Catalana, s.f.; Real Acadèmia Espanyola, s.f.; Oxford Dictionaries, s.f.).

Aquestes definicions desencadenen un debat i discussió sobre el què realment és la gastronomia, i què inclou. Què s'entén per un bon menjar o menjar bé? És poder menjar i cuinar amb ingredients cars, o menjar elaborat utilitzant tècniques culinàries complexes? Artistes, gastrònoms i pensadors com Toni Massanés, com Carlo Petrini i Emilie Baltz critiquen aquesta definició de gastronomia, proposant la seva filosofia i coneixement sobre el concepte.

Emilie Baltz és una artista, dissenyadora i tecnològica alimentària, que al llarg de la seva carrera artística ha utilitzat el menjar i els sentits per crear experiències multi sensorials, creant nous límits i trencant amb les expectatives del món quotidià sobre el menjar. Emilie Baltz comenta en una xerrada en col·laboració amb la plataforma d'artistes '*Creative Mornings*', que la cuina és un món ple d'experiències, i que per tant, qualsevol persona a qualsevol nivell té unes certes eines i materials al seu abast per poder crear aquest món d'experiències. No cal saber ni aprendre tècniques complexes per crear gastronomia, segons comenta Baltz. Per ella el concepte de menjar pren una visió artística, ja que parla sobre història, comunitat, individu; així com és també un acte, una coreografia, la forma, la textura i els colors dels ingredients, la emoció, sentiments i disseny de l'espai i el moment de l'acte de menjar. Segons Baltz, el menjar s'esplaija molt més enllà dels ingredients, és un sistema complex que engloba tots els conceptes mencionats anteriorment, creant de certa manera una comunitat pel fet que uneix a les persones, i que els espais on es menja són espais on es comparteixen records i històries (Baltz, 2013).



Emilie esmenta també que el menjar és un àmbit de creació i transformació. Quan les persones comencen a interactuar a nivell personal, és quan tenen el poder de transformar, no només a elles mateixes, però també la societat (Baltz, 2013). A continuació es mostra un mapa conceptual elaborat a través de la xerrada de Emilie Baltz a Creative Mornings sobre què és el menjar, englobant tots els aspectes comentats anteriorment.

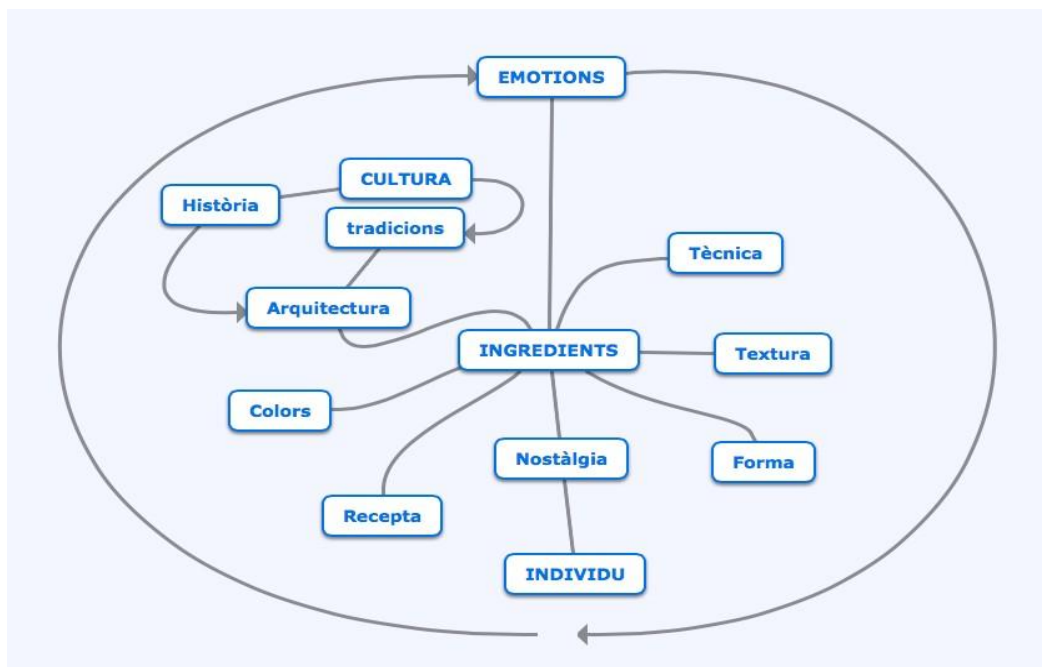


Figura 1: Què és menjar. Elaboració pròpia a partir de: (Baltz, 2013).

A continuació hi ha dos pensadors que es troben en la mateixa línia filosòfica, ja que tant Toni Massanés com Brillat-Savarin comparteixen una idea similar del què és la gastronomia. Brillat-Savarin (considerat com a referent Gastrònom del segle XIX) descriu el terme de Gastronomia de manera exhausta en el vuitè capítol del seu llibre "La fisiologia del gust, en l'edició de 2009". En aquest capítol, es contemplen tots els àmbits i matèries on la gastronomia està present i les relacions amb aquesta. Savarin defensa que la Gastronomia és el coneixement de tot allò que es relaciona a l'ésser humà com un animal que s'alimenta; i considera que la gastronomia inclou tot allò comestible, i el seu objectiu inicial és la conservació de l'individu. Explica també que la gastronomia es relaciona amb les matèries científiques de la física (per l'examen de les parts, qualitats i components de les substàncies alimentàries), i la química (per les anàlisis i les reaccions que fa experimentar a aquestes), entre altres àmbits com la història natural, la cuina, el comerç, la societat i la política econòmica (Brillat-Savarin, 2009). Savarin planteja una conclusió al final del capítol, recollint en ella els diferents àmbits esmentats anteriorment, donant lloc a una petita definició de gastronomia com a concepte que està format per diverses parts. Comença per la matèria, considerant que és tot allò comestible, i prenent com a objectiu de la gastronomia preservar els individus. La manera com s'executa és a través del cultiu dels productes, el comerç que permet intercanviar-los, la indústria que prepara aquests productes, i la experiència, que ensenya a utilitzar-los de la millor manera possible. D'aquesta

manera, creu per tant que la gastronomia no es troba en un sol nivell, sinó que apareix prenent diverses formes en el dia a dia dels individus, essent així la raó de la seva supervivència i existència com a humans (Brillat-Savarin, 2009).

Massanés discuteix aquesta definició donada per Savarin fa doscents anys, i en suggereix una altre recollint aquestes idees i afegint el què avui en dia s'entén per gastronomia, donant una visió més actual a la definició del referent. Massanés relaciona ambdós conceptes de cuina i gastronomia, per tal de complementar-los l'un amb l'altre, esmentant que hi ha una diferència entre els dos termes. Així que recolzant la filosofia de Savarin, diu que, efectivament, la cuina forma part de la gastronomia, i n'és una de les més importants (Brillat-Savarin, 2009; Massanés, 2017). Massanés conclou l'entrevista comentant que per tant, la cuina es podria considerar com l'estratègia alimentària humana, i per altre banda la gastronomia seria el coneixement o fins i tot la ciència de la cuina (Massanés, 2017). A continuació es mostra un mapa conceptual en referència a què és la gastronomia englobant els termes, parts i conceptes que tant Massanés com Brillat-Savarin creuen importants a l'hora de crear una definició de gastronomia.

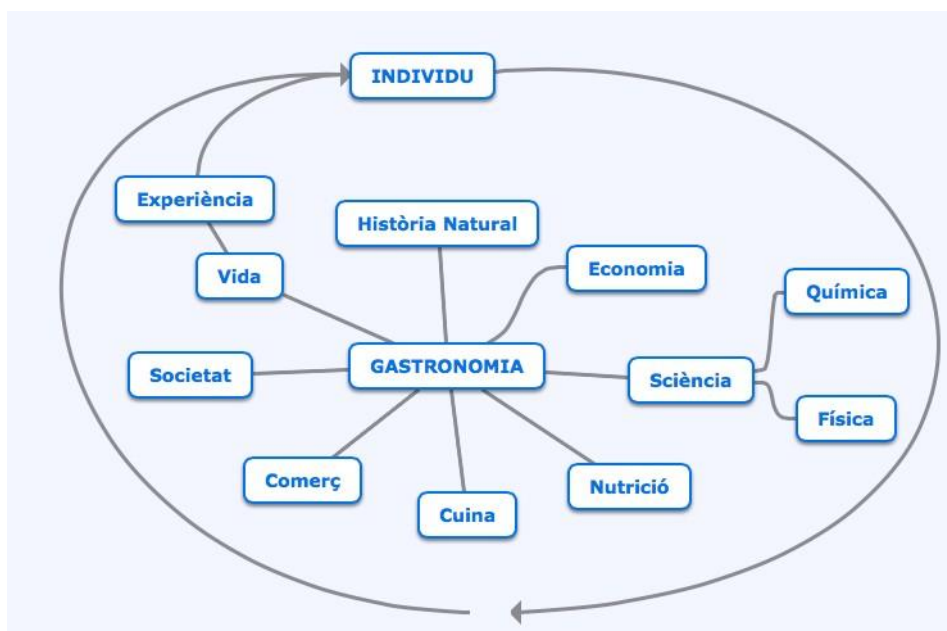


Figura 2: Què és la gastronomia. Elaboració pròpia a partir de: (Brillat-Savarin, 2009; Petrini, 2007)

Per altre banda Carlo Petrini, creador del moviment de Slow food, defineix la gastronomia com la ciència que estudia el menjar, la cultura de l'aliment en totes les seves acceptacions (Petrini, 2007; Slow Food, s.f.). Petrini justifica la seva definició del concepte parlant de la importància dels aliments per l'home, així com el vincle de l'home amb el cultiu del menjar, del món agrícola fins el seu consum. Afegeix també que la gastronomia va més enllà del simple fet de menjar bé o del viure esplèndidament, tal i com defineixen alguns diccionaris com la Real Acadèmia Espanyola o l'Enciclopèdia Catalana (Real Acadèmia Espanyola, s.f.; Enciclopèdia Catalana, s.f.)

Petrini comenta que la gastronomia és una via que s'utilitza per tal d'escollir i consumir els productes que satisfan les necessitats de l'estómac. És per això que continua explicant la importància d'aquesta ciència de la gastronomia, ja que per tal de saber escollir els aliments adequats, calen una sèrie de coneixements àmplia que formen part de molts àmbits disciplinaris diferents (Petrini, 2007). És per això que el pensament de Petrini concorda amb la filosofia que comparteixen Massanés (2017) i Savarin (1869), que la gastronomia és una ciència multidisciplinària que avarca diferents àmbits i pren diverses formes en la vida de l'home, una ciència complexa que es troba en àmbits artístics, tecnològics, humanístics, històrics, socials i culturals (Brillat-Savarin, 2009; Petrini, 2007).

Tots els pensadors comentats anteriorment comparteixen, d'una manera o altre, una filosofia similar sobre la gastronomia. Emilie Baltz contempla la gastronomia d'es d'un punt de vista més artístic, contemporani, on el centre d'interès és l'experiència que l'ésser humà obté a partir del menjar. Per altra banda, Petrini, Brillat-Savarin i Massanés comparteixen la idea que la gastronomia és una ciència, una idea més clàssica en comparació amb Emilie Baltz.

El conjunt però de les filosofies d'aquests gastrònoms és similar, ja que tots presenten a la gastronomia com a punt central en les vides humanes, és el que mou a les persones i a les societats, la consideren el centre de tots els àmbits en els quals es relacionen els individus (la ciència, la cuina, l'art, la societat, nutrició, història, cultura...). Tant Emilie Baltz com la resta concorden que l'individu és el component més important dins la gastronomia i viceversa, ja que tot gira entorn a les persones i les persones a la vegada creuen en la gastronomia com a punt clau de la vida i l'existència (Brillat-Savarin, 2009; Baltz, 2013; Massanés, 2017; Petrini, 2007).

### 3.2. Sectors i actors de la indústria alimentària

La indústria alimentària està compresa per varis sectors, que es classifiquen segons el tipus de demanda que necessita el consumidor o client. Per tal de facilitar la comprensió, es presenta un mapa conceptual a continuació per poder identificar cada un d'aquests àmbits i sectors, amb un petit resum de les operacions que cada un ofereix. Aquesta identificació dels sectors aporta també un marc d'estudi que ajudarà a entendre la relació amb el tema d'investigació d'aquest projecte.

En la següent figura (*Figura 3*) apareixen els diferents sectors de la indústria alimentària separats en dos grans grups. En el primer hi ha tots aquells serveis del sector comercial, on s'hi troben els hotels, restaurants independents i franquícies, clubs i càterings. En el segon grup s'hi troben altres serveis del sector col·lectiu, on el menjar i la beguda es proporcionen com a part d'un altre negoci, com ho serien els hospitals, escoles i universitats, presons i residències (Cousins, 2014).

Alguns dels sectors nombrats anteriorment ofereixen serveis de menjar i begudes al públic en general, on client té la opció completa de contractar aquest servei, així com poden decidir què menjar i quan menjar-ho. Per altre banda, n'hi ha d'altres que ofereixen aquests serveis a un mercat captiu, el qual no té la opció de decisió sobre cap factor (Cousins, 2014). En aquest últim sector hi apareixen els menjadors socials, considerant que les persones que es beneficien d'aquest servei no tenen cap altre opció.

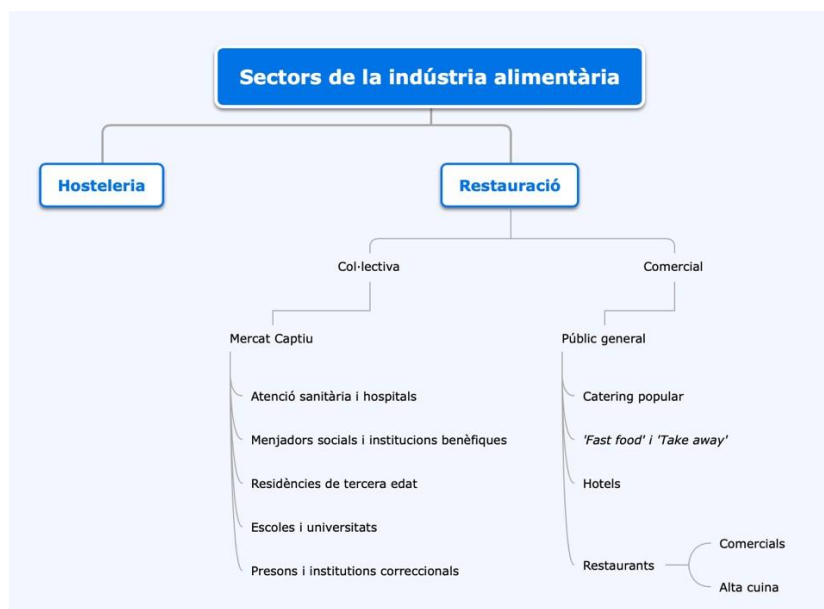


Figura 3: Sectors de la Indústria alimentària. Elaboració pròpia a partir de: (Cousins, 2014)

A partir d'aquesta classificació dels sectors que componen la indústria alimentària, es poden definir els actors que desenvoluparien la feina en cada un d'aquests espais. Els sectors els quals se'n volen contemplar els actors per poder delimitar la mostra de la investigació són els següents: menjadors socials i les institucions benèfiques, els restaurants (tant d'alta cuina com comercials), les escoles i les presons.

Fins fa relativament poc, els sectors mencionats anteriorment funcionaven de manera independent, cada un amb una finalitat i compromís amb la societat, disposaven d'una estructura definida i una plantilla d'empleats que duïen a terme les feines que pertocaven. Actualment però, després d'aparèixer el Moviment de Gastronomia Social aquets espais han canviat, tant la seva finalitat i compromís amb la comunitat com els actors que hi apareixen.

És el cas dels restaurants d'alta cuina, on els principals actors són els xefs, els quals formen part d'una classificació que els nombra com els 50 millors establiments del món o bé han estat premiats amb estrella Michelin. Aquests xefs que abans només apareixien en el sector de la alta cuina, han optat per utilitzar el seu coneixement i fama per crear projectes involucrats en altres sectors fora de l'alta gastronomia. És així que ara apareixen en sectors com els menjadors socials cuinant per als més necessitats, o bé en programes de capacitació professional relacionats amb la cuina per a persones empresonades, o proporcionant ajuda als cuiners i cuineres de les escoles per crear menús més saludables i equilibrats per als nens i nenes.

D'aquesta manera alguns xefs d'alta cuina passen a ser els protagonistes de grans projectes del Moviment de Gastronomia Social, sortint de l'àmbit de la restauració, i es desplacen fora les portes del seu local, on utilitzen el seu coneixement culinari per ajudar a crear un canvi a millor en l'entorn social.

### 3.3. Tendències transformadores en el sector de la gastronomia

El sector de la gastronomia ha experimentat molts canvis al llarg de les darreres dècades, i això ha estat possible gràcies a les tendències, que han anat remodelant i transformant el sector d'acord amb les necessitats de la comunitat. Aquestes tendències doncs han anat variant, així com han canviat les necessitats actuals de la societat, sobretot en replantejar una millora general de cara a poder gaudir d'un futur més òptim per a tothom. És per aquesta raó que es presenten a continuació les tendències actuals amb més pes en el sector de la gastronomia, totes vinculades en el sector social com a punt d'inflexió del canvi. Unes de les inicials tendències en la indústria alimentària és la sostenibilitat i la preferència d'alimentar-se en una dieta basada en vegetals, així com optar per consumir productes de proximitat.

#### 3.3.1. *Patrimoni i Slow Food*

La manera en la que es menja ha canviat molt al llarg de la història, no només en la decisió dels plats que es preparen però també en la qualitat nutricional i valor de l'aliment que es consumeix (Montanari, 2006). Montanari explica que s'ha caigut en la temptació de considerar només el producte final que es consumeix, sense parar a pensar en tots els processos i relacions que formen aquests aliments i permeten poder-los menjar cada dia (Montanari, 2006). Recentment la societat torna a donar importància a aquestes arrels que formen el producte, que segons Montanari són la raó per la qual l'aliment es converteix en menjar, i expliquen com aquest ha estat elaborat, expliquen la seva història (Montanari, 2006). El menjar es considera un element clau en la cultura, ja que és el producte d'un territori, de la comunitat que habita en aquest espai, de la seva història i de les relacions que ha instaurat, formant així les complexes arrels de les que parlava Montanari (Petrini, 2007).

Jamie Oliver parla en una xerrada a *TED talks* sobre la ignorància que es té avui en dia pel què fa a les eleccions de menjar que es consumeix, comentant que no massa anys enrere els productes que es trobaven a la taula eren frescs i locals, mentre que actualment la gran majoria d'aliments que es compren són altament processats, així com produïts amb quantitats innecessàries d'additius i conservants (Oliver, 2010). A més a més, s'ha observat un petit allunyament de l'ús i consum de productes alimentaris elaborats industrialment en la societat actual (Schneider, 2008). El desig d'esquivar aquests productes industrials ve donat per varis factors com l'increment d'ús d'etiquetes orgàniques en supermercats, l'augment de mercats d'agricultors i elaboradors locals i l'aparició de botigues i cooperatives que ofereixen productes de proximitat i ecològics (com seria el cas de Ametller Origen, a Catalunya) (Ametller Origen, s.f.; Schneider, 2008).

Degut a aquesta tendència per consumir productes de Kilòmetre 0 la societat ha pres consciència i ha prestat atenció a moviments que defensen aquesta filosofia, com seria el cas de Slow Food (Schneider, 2008). Slow Food és una organització Italiana sense ànim de lucre fundada als anys

1970s per Carlo Petrini, la qual defensa el valor territorial, cultural i tradicional del menjar per tornar a imposar interès pel que un menja, el qual ha perdut importància amb l'aparició del 'fast food' (Slow Food, s.f.). Slow Food defensa uns principis els quals anomenen "Bo, Net i Just", on el concepte de *net* fa referència a aliments d'alta qualitat i saludables, el terme *Bo* defineix que aquests aliments no malmeten el medi ambient, i per últim *Just* és el producte que és accessible per a tothom i aconseguit de manera justa dels productors i agricultors locals i de petits comerços (Slow Food, s.f.). Slow Food és només una organització de moltes que defensen el consum de productes locals i saludables que han aparegut darrerament degut al replantejament del consumidor envers el què es menja i com es menja.

### 3.3.2. *Oferta basada en vegetals*

Per altra banda la preocupació de la població pel medi ambient, el canvi climàtic i la sostenibilitat porta al consumidor a adoptar una dieta basada en vegetals, no només per raons morals i el benestar dels animals, però també perquè aquesta té un impacte ambiental menor en comparació amb l'impacte que produeix la producció de productes animals (Westhoek, et al., 2014). Es requereix un elevat ús d'energies no renovables i de terres de cultiu per la producció de productes d'origen animal, la qual forma elevades emissions de gasos amb efecte hivernacle i de nitrogen (Westhoek, et al., 2014). Hi ha estudis conduïts en la Unió Europea que demostren que el canvis dietaris no només provoquen millores en la salut i reducció de problemes cardiovasculars, però també millora la situació ambiental actual (Westhoek, et al., 2014). El fet d'adoptar dietes alternatives i fomentar el consum de productes vegetals reduiria significativament l'emissió de gasos d'efecte hivernacle en un 25-40% i un 40% menys d'emissió de nitrogen, així com un ús de menys del 23% per càpita de terres de cultiu per producció d'aquests productes (Westhoek, et al., 2014). Els resultats es veurien reflectits en una millora de la qualitat de l'aigua, l'aire, i productes elaborats en la Unió Europea (Westhoek, et al., 2014).

Chad Frischmann, estrateg i vice-president del projecte Drowdown, presenta en una xerrada al simposium MAD i a una xerrada de *TED talks* el seu projecte, el qual proposa solucions possibles d'assolir enfocades en diferents àmbits per poder revocar el canvi climàtic (Frischmann, TED talks, 2018; Frischmann, MAD, 2018). En aquestes xerrades, Frischmann exposa les 20 principals solucions que podrien millorar la situació actual, de les quals 8 estan relacionades amb el menjar (Frischmann, MAD, 2018). Una de les principals accions que es podrien dur a terme és mantenir una dieta rica en vegetals, que no significa eliminar el consum de productes animals per complert, sinó ingerir-ne una quantitat saludable i augmentar la quantitat de proteïnes vegetals (Frischmann, MAD, 2018). D'aquesta manera el que s'aconsegueix no és tan sols mantenir una dieta equilibrada i saludable, però també rebaixar el consum general d'aliments, incrementant la consumpció d'aliments en aquells països els quals n'hi ha manca, donant pas a un equilibri alimentari i saludable per a tothom (Frischmann, MAD, 2018).



Figura 4: 20 solucions per revocar el canvi climàtic. En verd, solucions relacionades amb el sector alimentari. Font: (Frischmann, MAD, 2018).

### 3.3.3. Sostenibilitat

En relació amb aquests conceptes presentats anteriorment, es troba l'ús, consum i producció sostenible d'aliments i productes. Existeix el dubte sobre què significa realment el menjar sostenible, i fins a quin punt es podria aquest considerar sostenible o no, contemplant els diferents factors que ajudarien a definir el concepte. La paraula sostenibilitat és una de les més utilitzades actualment en el sector gastronòmic, i els significats associats al mot i el seu ús són tant diversos que fan que la seva comprensió sigui confusa. Es defineix sostenibilitat i sostenible com allò que eviti la degradació de l'ecosistema per acció humana i que permeti també la regeneració dels recursos humans (Enciclopèdia Catalana, s.f.). Varis gastrònoms, pensadors i periodistes discuteixen i redefeixen el 'menjar sostenible', ja que és un concepte complex el qual no n'apareix el significat al diccionari, i per tant entra dins el criteri de cada individu el com interpretar la sostenibilitat d'un aliment o d'un procés d'obtenció d'aquest, sempre i quan mantingui relació amb el que es defineix com a sostenible.

S'arriba a la conclusió que el concepte de 'menjar sostenible' es pot entendre des de diversos punts de vista; com el consum sostenible seria per exemple la obtenció de productes d'un comerç de proximitat, on es preservin els valors culturals i patrimonials del productes, evitant la importació de menjar provinent de països on hi ha escassetat d'aliments (Hindley, 2015). A la vegada però, un producte pot ser considerat sostenible si ha estat produït utilitzant energies renovables o amb un ús adequat de recursos naturals, així com el cultiu de productes de temporada i locals, o obtingut utilitzant un sistema ecològic o orgànic (Hindley, 2015).



### 3.3.4. Malbaratament alimentari

Per últim, es troba el concepte del malbaratament i la pèrdua d'aliments. Actualment cada any un 1.3 bilions de tones d'aliments produïts a nivell mundial es desaprofita o es perd, el que equival a 1/3 de tot el menjar produït pel consum humà (FAO, 2011). Hi ha dos factors que contribueixen a l'augment d'aquestes xifres de menjar que es malbarata. El primer és el terme de 'food loss' el qual succeeix durant el procés de producció i distribució, el qual significa que hi ha una reducció de qualitat i quantitat d'aliments en les etapes de conreu, obtenció i transport (Parfitt, Barthel, & Macnaughton, 2010). El segon concepte és el 'food waste', definit com el malbaratament de productes alimentaris, ja sigui per mala manipulació d'aquests o bé per un sobre consum innecessari (sobretot en les poblacions dels països desenvolupats), fet que encamina a descartar aliments que serien perfectament aptes pel consum humà perquè s'han fet malbé o caducat com a resultat de negligència (FAO, 2011; Parfitt, Barthel, & Macnaughton, 2010).



Figura 5: Percentatges anuals de pèrdues d'aliments a nivell mundial, dades de l'any 2012. Font: (FAO, s.f.)

En un informe sobre pèrdues i malbaratament alimentari escrit per la FAO i publicat l'any 2011, s'explica que aquest malbaratament està per tant relacionat directament amb una despesa de recursos naturals usats durant la producció d'aliments, així com s'hi afegeixen les elevades emissions de gasos i de diòxid de carboni totalment innecessàries; i per últim la pèrdua econòmica que suposa tot el procés, tot plegat contribuint al canvi climàtic i a un procés de producció no sostenible (FAO, 2011). Les pèrdues d'aliments tenen un efecte directe amb la seguretat alimentaria, la qualitat de producte, en el desenvolupament econòmic i en el medi ambient (FAO, 2011). S'estima que hi ha un malbaratament d'aliments per càpita per consumidors d'Europa i Nord Amèrica d'uns 95 a 115 kg/l'any, mentre que les xifres redueixen de manera dràstica en les zones geogràfiques Sub-Saharianes i del Sud/Sud-Est Asiàtic, on hi ha una pèrdua de 6 a 11 kg/l'any (FAO, 2011). José Graziano da Silva, director general de la FAO, comenta que si s'aconsegueixen reduir aquestes pèrdues millorant els sistemes de conreu, emmagatzematge i el processat dels aliments, així com canviar la manera en que la societat consumeix, es podria aconseguir un món sense fam i més saludable. Una solució per reduir el malbaratament d'aliments en països industrialitzats seria conscienciar tant als consumidors com les indústries i els proveïdors d'aliments, així com també seria convenient buscar usos segurs i beneficiaris del menjar que és apte pel consum humà i que actualment s'està llençant (FAO, 2011).

## 4. ÀMBITS ON LA GASTRONOMIA ES RELACIONA AMB LA SOCIETAT

### 4.1. Antecedents – Menjadors socials

Els menjadors socials van aparèixer al s. XVIII per proporcionar menjar nutritiu i gratuït a aquells més desafavorits, encara que el concepte va ser creat inicialment per nodrir i alimentar al soldats i militars de Baviera per part de Benjamin Thomson, o altrament conegut com a Compte Rumford (Thomson, 1798). Per tal de reduir els costos de l'exèrcit, Thomson va idear la 'sopa Rumford', que constava de pèsols, civada i patates, aconseguint així un plat tant nutritiu com de baix cost per poder nodrir als soldats (Thomson, 1798).

Aquest concepte es va estendre arreu d'Europa, on les esglésies i centres cívics van ser les institucions que proporcionaven i organitzaven aquests serveis, alimentant a aquells qui passaven gana i als més pobres degut als mals temps de fam i crisi (Glasser, 1988). Es van implementar cuines prenent el nom de '*soup kitchens*', degut que l'aliment que es servia principalment era la sopa, considerada en el seu moment com la opció que podia arribar a alimentar a un conjunt de persones més elevat, així com era nutritiu i gustós a la vegada (Glasser, 1988). Les '*soup kitchens*' es van popularitzar també als Estats Units durant els anys 30, degut a la necessitat d'aquestes institucions arrel de la gran depressió de l'any 1930 (Glasser, 1988).

És per això que els menjadors socials són considerats com una adaptació a la vida contemporània, pel fet de servir menjar a aquella gent de la comunitat amb menys recursos, aquells que són considerats com a marginats socials o pobres per la cultura dominant (Glasser, 1988). Aquesta població marginada pren diferents formes, tal com gent que està a l'atur o amb un sou baix, persones que pateixen algun tipus de malaltia mental, o tenen alguna debilitat física que els impedeix prendre una vida normal. Degut a aquestes condicions, els visitants dels menjadors manquen del contacte humà i social (que probablement es subestima i és de gran importància), ja que dona peu a formar part d'una comunitat i de la societat (Glasser, 1988). Glasser (1988) comenta en el seu estudi social que aquests espais ofereixen a certes persones oportunitats de socialització i acceptació en aquest entorn, d'una manera diferent i utilitzant el menjar com a element de connexió entre ells. Aquests menjadors socials poden ser vistos moltes vegades com un element degradant, però més aviat és un espai que ajuda aquestes persones a adaptar-se a la societat i suavitzar la dura realitat de la seva vida.

Les '*soup kitchens*' es converteixen en una manera alternativa i temporal per omplir els dies dels convidats, Els menjadors socials es converteixen en la seva única oportunitat per socialitzar-se altre cop i formar part d'una petita i diferent comunitat.

Per aquest grup de gent, que manquen diners, educació, o feina, i que no tenen cap vida social, escola i/o família, són considerats la classe marginal, i són exclosos de la resta de la societat. Per aquesta raó aquests espais es transformen en l'element inicial de contacte humà i interacció

social per reprendre les necessitats bàsiques de socialització, fent el paper d'una comunitat temporal i modificada (Glasser, 1988). Aquesta interacció entre les persones en els menjadors socials es dona sobretot a l'hora de menjar, ja que hi ha taules comunes, on els convidats seuen junts i comparteixen històries i anècdotes, aconseguint així una interacció social mínima.

Coneixent la informació presentada anteriorment, es pot dir que aquesta disciplina no ha estat mai implicada de manera directe amb els següents àmbits, però gràcies a l'aparició del moviment de Gastronomia Social, juntament amb els objectius per aconseguir un món més sostenible marcats per la Organització de les Nacions Unides, els *Sustainable Development Goals*, es considera la cuina com la eina més eficient i potent per resoldre problemes que es presenten a la societat. La gastronomia es coneix actualment com un recurs que actua en els diferents sectors que s'expliquen a continuació i lluita per un món millor, i no només s'entén com la ciència que estudia la cuina, l'acte de preparar un bon menjar o l'afició a menjar bé (Real Acadèmia Espanyola, s.f.; Enciclopèdia Catalana, s.f.).

L'anàlisi de les iniciatives que s'han trobat al llarg d'aquest projecte d'investigació ha donat peu a extreure els diferents àmbits on s'està utilitzant la gastronomia com a eina de canvi en la societat, els quals s'expliquen a continuació.

#### **4.2. Alimentació per col·lectius**

L'alimentació ha estat sempre un dels principals i únics objectius de la gastronomia, on el menjar que es manipula i es cuina sigui consumit pel sol propòsit de nodrir, aportant les substàncies nutritives necessàries per cobrir els requeriments energètics de l'organisme (Enciclopèdia Catalana, s.f.). En aquest cas, l'alimentació ha passat a ser un dels àmbits més importants del moviment de la Gastronomia Social, on gran part dels projectes utilitzen la gastronomia per alimentar a aquelles persones que pateixen una marginació social i es troben en una situació vulnerable en l'entorn social, o en un estat de pobresa indefinida, moltes vegades acompanyada de fam i desnutrició. S'utilitza per tant la gastronomia per nodrir a aquestes persones que es troben en aquesta situació, amb el format de menjadors socials i cuines comunitàries, on aquesta part de la població pot gaudir d'àpats que són saludables i equilibrats de manera gratuïta, gràcies a xefs i cuiners que posen en pràctica els seus coneixements fora les portes dels seus restaurants.

Aquest acte d'alimentar a aquests individus es considera com un primer pas per re-instaurar-se a la societat a la qual pertanyien en un inici, donant-los una segona oportunitat i sobretot, dignitat.

Els menjadors socials no són tant sols espais on la principal funció és oferir aquests recursos dels quals aquestes persones manquen, alimentar-los amb plats equilibrats i nutritius, però a la vegada es crea un entorn de despreocupació i sensació de formar part d'una comunitat.

El menjar pot crear empatia i sensació de comunitat, els quals són els principals objectius del moviment: inclusió i oportunitat.

Per altra banda, la gastronomia es troba present en els menjadors escolars, com una eina de millora de l'alimentació pels estudiants, no tan sols pel fet d'alimentar, però d'oferir als estudiants una dieta equilibrada, saludable i nutritiva a la vegada.

Dins d'aquest àmbit de l'alimentació s'hi pot trobar també una petita part de projectes que estan enfocats en alimentar a aquelles persones que es troben en una situació de crisi, com seria el cas dels refugiats, que no tenen recursos per cobrir un dret bàsic com és l'alimentació.

### **4.3. Educació nutricional**

L'educació és una de les eines més importants per transmetre la informació necessària de qualsevol tema i àmbit. En el cas de l'educació nutricional no és només fer saber què menjar i com consumir els aliments, però és una disciplina que proporciona les eines i capacitats necessàries per entendre els efectes d'una bona alimentació.

L'educació, la salut i la nutrició són els tres pilars pel desenvolupament, segons es comenta en un document sobre educació nutricional publicat per la FAO el 2005 (FAO, 2005). El primer concepte a entendre és la salut, la qual sense aquesta una comunitat no funciona de manera coherent. Una bona nutrició és el segon concepte a tenir en compte, no pel simple fet que el menjar és un dret bàsic de l'humà, però perquè sense una nutrició apropiada no és possible aconseguir el primer concepte, salut. Existeix un efecte directe entre la qualitat nutricional dels aliments que es consumeixen i la salut i benestar de la població, i per tant la nutrició és una disciplina que pot ajudar a millorar la qualitat de vida de les persones (FAO, 2005). Per últim hi ha l'educació, també essencial pel desenvolupament i en aquest cas, pel moviment de Gastronomia Social. L'educació aporta coneixement als individus de les diferents comunitats, donant oportunitat per poder prendre decisions, i millorant la situació social global reduint la pobresa i malaltia.

Cap dels conceptes presentats anteriorment són suficients per separat per poder aconseguir un desenvolupament social i/o econòmic, pel que han de compaginar-se els uns amb els altres per poder crear progrés cap a un món sense fam ni pobresa. Els tres factors estan interconnectats, fet que en facilita la seva combinació.

L'educació nutricional per tant és un factor important pel desenvolupament social, sobretot pels nens i nenes, aportant el coneixement, motivació, habilitats i possibilitats per prendre decisions importants sobre la seva salut i dieta, creant una base per una vida més saludable i activa (FAO, 2005).

El moviment de la gastronomia social utilitza l'educació nutricional per donar a aquelles persones sense recursos sobretot, o infants que no poden gaudir d'una bona educació, les bases sobre nutrició i salut, perquè aquestes persones puguin millorar la seva qualitat de vida. Aquesta disciplina és molt important en països subdesenvolupats sobretot, ja que hi ha carència de salut, hi predomina la fam, la malnutrició, deficiència nutricional, entre d'altres.

L'àmbit d'aplicació d'aquest factor serien les escoles, ja que són els espais on aquest desenvolupament es du a terme, així com formen part de la xarxa d'influències que ajuden a formar aquests individus, promocionant una bona alimentació, nutricional i saludable (FAO, 2005).

A partir de l'educació nutricional es pot ajudar a aquestes persones a millorar la situació en la qual es troben, aconseguint un desenvolupament a millor de la seva societat (FAO, 2005). Aquest és l'objectiu de l'educació nutricional en el Moviment de Gastronomia Social. L'educació pot combatre la fam, la malnutrició i la pobresa.

#### **4.4. Capacitació professional**

Desigualtat, atur, i manca d'accés a una educació de qualitat són tres exemples de reptes que s'interposen en el camí de persones que es troben en una situació social vulnerable. A partir de programes de capacitació professional en gastronomia, aquests individus compten amb una oportunitat per sortir de la situació actual en la qual es troben, entrant el món laboral i la indústria alimentària amb un nou ventall de coneixements adquirits en aquests cursos.

L'ensenyança d'aquesta disciplina existeix des de fa unes dècades, però la finalitat d'aquesta ha canviat. Per una banda, hi ha cursos de cuina, grau superiors, carreres universitàries i graus de formació professional, els quals pretenen formar a xefs i cuiners que han escollit entrar la indústria. Per altra banda, hi ha aquesta nova visió d'utilitzar la gastronomia per formar a persones que no es poden permetre una educació de qualitat, ja sigui per la situació econòmica i falta de recursos, o per trobar-se en una situació d'atur indefinit. És en aquestes situacions, on aquests programes de capacitació professional entren en joc. La diferència entre ambdues propostes és la opció a poder escollir. L'objectiu inicial d'aquest àmbit és combatre els reptes presentats a l'inici, transformant les realitats socials més complexes a partir de noves oportunitats, utilitzant la gastronomia per correspondre aquests reptes. Els cursos que ofereixen varis projectes del Moviment de Gastronomia Social són gratuïts, per tal que aquests estiguin a l'abast de la població que es troba en una situació social vulnerable però tingui a la vegada la oportunitat d'estudiar i formar-se en cuina per poder obtenir un certificat. Si s'ofereix i existeix la possibilitat d'aprendre, la voluntat d'aquestes persones hi és també, així com les ganes que succeeixi una realitat diferent a la que coneixen i actualment viuen, es torna possible. Un dels objectius d'aquests programes també és formar aquestes persones en el mateix concepte de Gastronomia Social, per tal que aquestes segueixin treballant i compartint els coneixements utilitzant la filosofia del moviment, aconseguint un creixement d'aquest i de la comunitat que el forma.

#### 4.5. Lluita contra el malbaratament alimentari

El malbaratament alimentari és un dels conceptes més discutits en l'actualitat, ja que és de gran preocupació per la societat, afegint que aquest fenomen és la tercera raó de l'existència del canvi climàtic. Actualment 1/3 dels aliments produïts pel consum humà es perden o es desaprofiten a l'any, el que suposa un nombre molt elevat d'aliments que es llencen a nivell mundial que podrien ser usats per alimentar aquelles poblacions que malauradament no compten amb un plat a taula a cada àpat. S'ha desencadenat una preocupació global sobre el malbaratament, ja que s'ha conscienciat a la població la gran necessitat de canviar per poder gaudir d'un millor futur tots. S'ha detectat el gran problema que la restauració és una de les indústries més malbaratadores de totes, incloent el menjar i energia, el qual suposa una elevada contaminació ambiental (Potts Dawson, 2010). Per aquesta raó, apareix la necessitat de crear un model de negocis que siguin respectuosos amb el medi ambient, així com redueixin el màxim aquest malbaratament no només de menjar, però també d'energia, envasos, temps i espai. Arthur Potts Dawson, és un xef i dissenyador de dos restaurants sostenibles al Regne Unit, els quals funcionen el 100% a partir d'energies renovables així com es produeix compost amb els aliments que es malbaraten o llencen dels clients (Potts Dawson, 2010). Aquest és un exemple de negoci que recicla, reutilitza i redueix les despeses d'aliments que es produeixen.

El fet que el negoci de la restauració sigui una de les indústries més malbaratadores suposa un repte per la societat, plantejant la necessitat de crear solucions per trobar una millora en el sistema i revertir la situació actual que es presenta. Molts xefs han pres el problema de manera personal, des de l'arrel de la situació, i utilitzant la influència social que tenen, han creat projectes contra el malbaratament alimentari. Com a resultat, han aconseguit mobilitzar i interessar la població per crear un canvi, participant en aquestes iniciatives que s'estan iniciant arreu del món utilitzant diferents enfocaments al problema. Es presenten alguns exemples de solucions per combatre el malbaratament alimentari. En primer lloc, es recuperen directament de les cadenes distribuïdores aliments que són aptes pel consum humà però no han arribat al mercat per l'aparença física que presenten (en el cas de verdures, hortalisses o fruites), així com es recullen productes dels supermercats que han excedit la data de consum preferent, però encara poden ser consumits i es troben en perfectes condicions. Es recullen també productes i menjar provinents de restaurants i altres models de negoci que es descartin. Aquests aliments recol·lectats són després distribuïts a entitats caritatives, o són cuinats en menjadors socials per alimentar als més necessitats d'una manera més nutricional i elaborada. Aquests són alguns exemples de possibles solucions per reduir la despesa alimentaria.

Un gran exemple d'aquest tipus de projecte social utilitzant la gastronomia és el que va impulsar el xef Massimo Bottura al 2012, degut a dos terratrèmols a la zona d'Emilia-Romagna a Itàlia, causant grans desastres i posant en perill la indústria del formatge Parmigiano-Reggiano. El xef reconegut a nivell mundial va utilitzar el seu coneixement gastronòmic i va idear una recepta en la qual s'utilitzés aquest formatge, per tal que aquest plat pogués ser replicat arreu del món. El resultat: es va vendre tot el formatge afectat pel terratrèmol, fet que va evitar que ningú perdés

la feina, salvant la indústria i cultura d'aquest producte (Bottura, 2018). Aquest és un clar exemple del què es pot aconseguir si s'aplica la cuina i la gastronomia als diferents àmbits socials.

És només una solució lògica que els xefs siguin els principals actors d'aquesta lluita, ja que al cap i a la fi, ells compten amb el megàfon i els recursos per transmetre els coneixements i motivar la població a participar en aquesta lluita. Els xefs ara són els actors cívics que tenen el poder de mobilitzar la societat utilitzant la seva arma principal, la gastronomia.

## 5. ANÀLISI DE LA SITUACIÓ ACTUAL

La cuina i la gastronomia han estat sempre un bé preuat per a la societat, tant per el valor cultural com històric que comporta l'acció de menjar i alimentar-se. És per aquesta raó que neix la acció d'ajudar als més necessitats amb l'aliment, que és necessari per viure. D'aquí apareix la necessitat de crear certs espais on es puguin dur a terme aquests serveis i alimentar a aquestes persones, que seran els menjadors socials, espais on aquests individus poden retornar a formar part d'una comunitat i a la vegada ser alimentats. Tot i així, aquesta ajuda no és suficient per eradicar la pobresa i la fam arreu del món, el que mou a la Organització de les Nacions Unides (ONU) i a la Organització d'alimentació de les Nacions Unides (altrament coneguda com a FAO), a crear un programa per posar fi a aquests problemes actuals que es presenten a continuació, essent la fam, pobresa, canvi climàtic i malbaratament alimentari els més importants.

Al llarg del darrer segle, s'ha aconseguit un gran progrés en la millora del benestar de l'ésser humà a nivell mundial. Les societats han canviat gràcies a la tecnologia, ràpida urbanització, així com innovació en la producció de sistemes. No obstant això, molt queda encara pendent per tal d'aconseguir la visió prevista per part de la FAO i la ONU, que pretenen '*crear un món lliure de fam i malnutrició i eradicar la pobresa d'una manera econòmica, social i ambiental*' (FAO, 2017; ONU, 2015).

La FAO presenta un escrit amb les tendències actuals relacionades amb l'agricultura i la producció alimentària, així com els reptes que es presenten en els futurs anys per tal d'aconseguir la seva visió del Desenvolupament Sostenible abans de l'any 2030. Al llarg de l'escrit es discuteixen els factors i els esdeveniments que es consideren els conductors i els causants dels problemes que es pateixen en l'actualitat, relacionats amb el canvi climàtic, la pobresa mundial i la fam, i el malbaratament alimentari actual. A partir d'aquestes tendències que s'esmenten, s'ha arribat a la conclusió que hi ha uns reptes a valorar i que s'han de canviar les maneres en què funcionen les societats actuals per tal d'aconseguir un canvi a millor, a través del sector de l'agricultura i l'alimentació (FAO, 2017).

A continuació es mostra un resum de les tendències i els reptes presentats en aquest document de la FAO, amb nom '*The future of food and agriculture: Trends and Challenges*', del 2017 (FAO, 2017).

Gran part del progrés de la humanitat ha suposat però un cost considerable per al medi ambient. Els impactes del canvi climàtic ja són visibles i s'estan sentint, i si es deixa que així continuï, s'intensificaran de manera considerable en els propers anys (FAO, 2017).

Nombroses tendències globals influeixen la seguretat alimentària, pobresa i la sostenibilitat global dels sistemes alimentaris i agrícoles. Aquestes tendències es presenten a continuació:

- La fam i la pobresa han disminuït a nivell mundial des dels anys noranta. No obstant això, al voltant de 700 milions d'individus són extremadament pobres avui en dia. Tot i la reducció de taxes de desnutrició i l'augment dels nivells de nutrició i salut, gairebé 800 milions de persones pateixen fam crònica. Sense esforços addicionals per produir un



desenvolupament favorable a la pobresa, un nombre d'aproximadament 650 milions de persones encara patiran desnutrició de cara l'any 2030 (FAO, 2017).

- La població mundial també s'espera que incrementi fins a gairebé 11 bilions el 2050; per tant, s'entén que es potenciarà també la demanda agrícola i alimentària. Aquest fet generaria creixement econòmic, i en el cas dels països d'ingressos baixos o mitjans es relacionaria a una acceleració de la transició dietètica, que significaria un major consum de carn, vegetals i fruites, i cereals, afegint encara més pressió als recursos naturals de la que ja estan soffrint (FAO, 2017).
- Encara que les inversions agrícoles i les innovacions tecnològiques estan impulsant la productivitat, el creixement dels rendiments han demostrat taxes que són massa baixes per la comoditat. Actualment gairebé un terç dels béns produïts globalment es perden durant el transport o bé són mal gestionats, o malgastats degut al excés de consum. El malbaratament de menjar, residus i les pèrdues alimentàries reclamen una proporció significativa dels productes mundials, i el fet de reduir-los suposaria una reducció de la necessitat d'augmentar-ne la producció (FAO, 2017).
- Agregant als residus i pèrdues alimentàries, els desastres naturals i crisis augmenten en nombre i intensitat. Aquests redueixen a la vegada la disponibilitat alimentària, interrompen també l'accés a menjar i l'atenció sanitària per aquells menys afortunats. Aquests desastres també perjudiquen els sistemes socials, empenyent als afectats cap a la pobresa i la fam (FAO, 2017).

Les tendències explicades anteriorment presenten uns desafiaments per a les indústries alimentària i agrícola, els quals es presenten a continuació:

- Els primers problemes es presenten amb els sistemes agrícoles que utilitzen recursos intensius, els quals han creat una desforestació massiva, escassetat d'aigua, depravació del sòl i elevats nivells d'emissions d'hivernacle. Aquests sistemes no poden oferir una producció agrícola i alimentària sostenible degut a aquesta explotació dels recursos (FAO, 2017).
- Arrel d'aquesta escassetat de recursos ha aparegut una necessitat a adoptar un enfocament més holístic a l'hora de produir els aliments necessaris, com ara l'agroecologia, l'agricultura forestal, l'agricultura respectuosa amb el clima, i agricultura de conservació; totes basades en el coneixement indígena i tradicional. Les millores tecnològiques de les quals es disposen avui dia, juntament amb una reducció dràstica en l'ús de combustibles fòssils agrícoles ajudarien a millorar la situació actual i abordar el canvi climàtic i la intensificació dels riscos naturals, els quals afecten els ecosistemes i tots els aspectes de la vida humana (FAO, 2017).

S'arriba per tant a la conclusió final que per tal d'eradicar la pobresa extrema i assegurar que aquells afectats no hi tornen a caure, s'han d'imposar accions per tal de reduir inigualtats, creant per exemple oportunitats de feina i diversificació dels ingressos, així com oferir ajuda per resoldre el segon repte important d'eliminar la fam i desnutrició adquirint una dieta més saludable i

equilibrada. Tots tres reptes requereixen crear una resistència a crisis prologades i una prevenció de conflictes mitjançant un desenvolupament global equitatiu. Tot comença dins de la societat i la comunitat humana. El desenvolupament sostenible que proposa la FAO és un repte a completar a nivell universal i és una responsabilitat col·lectiva de tots els països, que requereix un canvi fonamental en la forma en què totes les societats produeixen i consumeixen per tal d'obtenir un futur més equitatiu i sostenible per a tothom (FAO, 2017).

Degut a la situació actual de canvi climàtic, pobresa i desigualtat social a nivell universal que presenten en els seus informes la ONU i la FAO, cada cop és més elevada la necessitat de millora i canvi per tal d'aconseguir un futur sostenible i adequat per a tothom. És per aquesta raó que la ONU va definir un projecte anomenat 'Desenvolupament Sostenible' l'any 2015, amb l'ànim d'aconseguir les necessitats actuals sense comprometre futures generacions realitzar-ne les seves pròpies, amb data final del 2030 (ONU, 2015). Aquest programa estableix per tant, que s'ha de construir un futur que sigui inclusiu, sostenible i resistent per la població d'avui en dia. Per tal d'aconseguir aquest futur sostenible, hi ha tres paràmetres bàsics que necessiten ser acordats: desenvolupament econòmic, inclusió social i protecció ambiental (ONU, 2015). Aquests tres elements són crucials i estan interconnectats pel benestar de la societat i els individus, així com són també els tres paràmetres que pren com a base el moviment de Gastronomia Social.

Aquest programa està format per disset objectius, anomenats els '*Sustainable Development Goals (SDG)*', cadascun definit per aconseguir un canvi en diferents aspectes socials i mediambientals. Com s'ha esmentat anteriorment, aquests objectius han estat creats per tal d'aconseguir un futur millor per a tothom, englobant temes de importància social i ambiental a nivell mundial tals com la pau i justícia, eliminar la fam i la pobresa, igualtat de gènere, sostenibilitat i canvi climàtic entre d'altres (ONU, 2015).

Entre aquestes disset metes, n'hi ha unes en particular que poden ser revisades des de la indústria alimentària, i és per aquesta raó que arrel de la necessitat i possibilitat de canvi en aquest àmbit que el moviment de Gastronomia Social pren com a repte aquests propòsits i marca l'objectiu final de millorar la situació social, mediambiental i econòmica a nivell mundial a través de la gastronomia (Social Gastronomy Movement, 2018).

Històricament la gastronomia no s'ha implicat massa en la societat, només creant sistemes per alimentar als més desfavorits, tal i com s'ha revisat en l'apartat 3.2. *Com la gastronomia incideix en la societat*, on es tracta el tema dels menjadors socials i com aquests han influït i canviat certs paràmetres socials a millor. Però és a partir de l'aparició d'aquests SDG creats per la ONU, que hi ha actors de la gastronomia com serien els xefs d'alta cuina que s'han implicat a la consecució d'aquests objectius que estan relacionats amb la gastronomia. Els objectius que es pretenen treballar i aconseguir són els següents:



Figura 6: Sustainable Development Goals (SDG) aplicats a la Gastronomia Social. Elaboració pròpia a partir de: (ONU, s.f.)

A partir d'aquest instant en el que els xefs s'impliquen i decideixen utilitzar la seva influència social per motivar la societat a canviar i prendre el repte d'aconseguir els objectius esmentats anteriorment, apareixen altres tipus de projectes que no només es centren en la idea d'alimentar sinó que tenen vocació de provocar un canvi social.

És en aquest moment que neix una comunitat de xefs, cuiners i emprenedors, que es recolzen uns als altres i creen el moviment que es coneix com a Gastronomia Social; on tots busquen millorar la situació actual en diferents àmbits socials possibles, i utilitzen el lema “*Food for Change*”, que es tradueix a “*L'aliment com a solució*” o “*Menjar pel canvi*”, per motivar a la participació en el moviment.

### 5.1. Moviment de Gastronomia Social

El moviment de Gastronomia Social (SGM) va ser fundat pel xef Brasiler David Hertz el 2006, amb la idea d'inspirar i generar oportunitat a aquelles persones en una situació social vulnerable, a través de cursos d'educació nutricional, capacitació professional i emprenedoria. Aquest concepte ajudaria a aquestes persones a reintegrar-se de nou a la societat, trobant una nova posició en la indústria de la gastronomia. El moviment com a tal va ser presentat al World Economic Forum a Davos al Gener de 2018 pel mateix David Hertz (Gryczka, 2018). Degut a la presentació del moviment que el SGM ha crescut a nivell mundial com a plataforma, incloent centenars de projectes nous així com els ja existents, creant així una xarxa de xefs i emprenedors que lluiten per aconseguir un món millor a través del menjar.

El SGM funciona a partir de connexions. És a partir de plataformes, fòrums i sumits que aquest moviment creix i es crea una comunitat encara més àmplia de xefs i emprenedors. I és a partir dels HUBS que aquest moviment segueix funcionant, i funciona gràcies a la comunitat formada. A continuació s'expliquen de manera breu aquests dos conceptes.

## 5.2. Plataformes

S'ha despertat una voluntat i interès per obtenir un futur millor, reconeixent que el menjar és el punt clau per combatre molts dels reptes que es presenten actualment a nivell mundial. És per aquesta raó que apareixen fòrums enfocats en el sector de la alimentació, on es fomenta la unió de la comunitat de xefs i emprenedors amb una gran consciència social i ganes de canvi per aconseguir un món més sostenible, saludable i millor per a tothom, utilitzant la gastronomia com a eina de canvi. Alguns exemples d'aquests simpòsiums anuals són el MAD, el Ñam Innova, i el Parabere Forum, entre d'altres.

El primer té lloc a Copenhaguen, fundat pel reconegut xef del restaurant Noma René Redzepi el 2011, on es volen proporcionar els coneixements, espais i temps als xefs per poder arribar a transformar la indústria alimentària cap a una de més sostenible (MAD, s.f.). El segon, celebrat a Chile, és un espai de retrobament de xefs per posar en comú i crear idees d'innovació social (Ñam Innova, s.f.). Per últim, Parabere és un fòrum internacional i independent on les dones de diferents àmbits dins del sector de la gastronomia en són les protagonistes, el qual l'objectiu inicial és millorar els sectors gastronòmic, agrícola, nutricional i social; oferint discussions pràctiques i idees innovadores per superar els reptes i crear noves oportunitats a nivell local i global (Parabere Forum, s.f.).

Aquests fòrums són un mètode clau per fer créixer la xarxa de xefs i emprenedors implicats en el moviment, són el punt de trobada de tots aquests i és on posen en comú les propostes de nous projectes socials, possibles solucions a problemes recurrents, i on es crea un *networking* entre ells important. En el moment en què aquests fòrums apareixen i el moviment va prenent forma, és imprescindible mantenir el contacte un cop l'any i retrobar-se en aquests espais, per tal de posar les idees en comú així com revisar el procés i impacte que hi ha hagut socialment a partir dels projectes creats. Hi ha un summit del moviment oficial, el *Social Gastronomy Summit*, on hi participen els membres principals de l'equip, els patrocinadors i els socis, i celebren sessions de desenvolupament referent a l'estratègia del moviment, posta en comú d'informació sobre els projectes, i celebració d'activitats locals relacionades amb innovació i gastronomia (Social Gastronomy Movement, 2018).

Els xefs passen de ser líders de la cuina a ser activistes socials fora les portes dels seus restaurants, transformant-se amb els portaveus i representants del moviment.

## 5.3. Centres de connexió (Hubs)

Com s'ha esmentat anteriorment, els sumits i fòrums són el punt de retrobada de la comunitat que forma el moviment de Gastronomia Social, però hi ha un altre concepte clau que entra en joc per tal que aquesta plataforma segueixi funcionant. Els *hubs* existeixen per connectar els projectes socials i iniciatives que formen part del moviment, i que treballen amb la gastronomia social per la millora de la comunitat. Aquests *hubs* són espais físics arreu del món que fan que

aquest moviment sigui tangible. Serveixen per conscienciar a les persones sobre el canvi, així com captar participants que vulguin formar part del moviment (Social Gastronomy Movement, 2018). Al novembre de 2018, durant el sumit de Gastronomia Social a Rio de Janeiro, es van presentar de manera oficial els 11 primers *hubs* del moviment. Es nomenen a continuació.

- Friends International, a Cambòdia
- Botildenborg, a Suècia
- Cuisine Sans Frontières, a Suïssa
- Appetite for Change, als EEUU
- Gastromotiva, a Brasil
- La recoleta, a Chile
- Saúde Alegria, a Brasil
- Insurgo, als EEUU
- Über den Tellerrand, a Alemanya
- Recipes for Change, als EEUU
- The Clink Charity, al Regne Unit

## 6. METODOLOGIA

Aquest treball de orientació investigadora descriptiva, la qual s'utilitzarà una metodologia mixta per desenvolupar cada un dels objectius amb el mètode corresponent que els hi pertoca.

OBJECTIU GENERAL 1	OBJECTIU GENERAL 2
<b>Entendre i definir el concepte de Gastronomia Social</b>	<b>Posar en valor els projectes de Gastronomia Social com a eixos transformadors de la societat</b>
1.1. Definir els àmbits de la Gastronomia Social	2.1. Recollida i classificació de projectes existents
1.2. Identificar els actors implicats en la Gastronomia Social	2.2. Anàlisi dels projectes i iniciatives
1.3. Entendre els efectes de la Gastronomia Social en l'entorn social	

Taula 2: Objectius generals i específics. Font: Elaboració pròpia.

### *Objectiu general 1.*

Aquest primer objectiu serà definit com a fase documental, ja que serà la part on es farà la recerca i recollida de informació per assolir l'objectiu. El caire d'investigació serà descriptiu ja que es farà un recull de la informació existent sobre el tema d'estudi.

S'implementarà una metodologia qualitativa, ja que es definirà primer el concepte de gastronomia per prendre una noció general del terme i entendre els àmbits i conceptes que la conformen. Es farà una cerca en diccionaris del món anglosaxó, enciclopèdies i diccionaris de la llengua Catalana i Espanyola, així com altres fonts que puguin contenir aquesta definició. S'analitzaran diferents definicions de gastrònoms i pensadors i es compararan entre elles per extreure els factors que presenten en comú.

### *Objectiu 1.1.*

Es farà una recerca dels sectors on la gastronomia es troba relacionada amb la societat. Aquests àmbits seran delimitats a partir de les dades extretes de l'anàlisi que s'haurà dut a terme per assolir l'objectiu general 2. Es comprovaran les definicions i termes actuals, organitzant-los segons la relació que tenen amb l'àmbit d'estudi.

### *Objectiu 1.2.*

Per aquest objectiu s'utilitzarà una metodologia quantitativa. En una primera part es revisaran dos llistats que classifiquen els establiments d'alta gastronomia, el primer sent els *50 World Best Restaurants* i en segon lloc la Guia Michelin per tal d'obtenir els líders del sector. S'han escollit aquests dos llistats per comparar dades, ja que s'ha vist que la Guia Michelin no és activa a tot el món, així com només certs restaurants apareixen a la llista dels 50 Best.

Es comprovaran els llistats d'entre els dos darrers anys, assegurant que l'estudi es realitzarà utilitzant les dades més recents possibles. A partir d'aquestes llistes es farà una recerca de possibles iniciatives creades per les persones que regenten aquests establiments, així com es compararan els llistats amb els projectes analitzats en l'objectiu 2, obtenint com a resultat aquells que seran els actors del tema d'investigació. Hi haurà varis factors a analitzar, tals com el gènere dels i les xefs en qüestió, la posició del restaurant a la llista dels 50 Best, i el número d'estrelles Michelin que han obtingut fins ara. Per tal d'aconseguir aquestes dades, es farà una recerca a les pàgines oficials d'ambdues classificacions per obtenir informació fiable. Per analitzar aquestes dades s'elaborarà un Excel (adjunt en l'apartat d'annexes) contemplant els factors esmentats anteriorment, dels quals se'n faran unes gràfiques per extreure'n resultats numèrics.

#### *Objectiu 1.3.*

Es consultarà informació existent sobre els àmbits delimitats amb anterioritat, valorant en format numèric les diferències que s'aprecien un cop s'incorpora el moviment de Gastronomia Social. Les dades a analitzar s'extrauran de les fitxes descriptives que s'elaboraran per assolir l'objectiu 2. S'utilitzarà una metodologia mixta: la quantitativa en el moment d'extreure les dades numèriques i elaborar les gràfiques corresponents, i una metodologia qualitativa per extreure conclusions de com la societat ha canviat a partir de la implementació d'aquestes iniciatives, basant-se sempre de les dades numèriques existents.

#### *Objectiu general 2.*

Aquest segon objectiu es compren d'una part descriptiva i documental i d'una fase experimental. La primera part consistirà en fer recerca de projectes que es valoraran després. En la segona part experimental es crearan unes fitxes descriptives, que seran la base per crear també una plataforma online on es comprendrà tota la informació i resultats obtinguts per poder compartir la recerca i coneixement.

#### *Objectiu 2.1.*

Es farà una recerca a la xarxa de possibles projectes i iniciatives existents, recollint la informació necessària. Es crearà un criteri de selecció dels projectes basant-se en diferents factors per poder delimitar l'àmbit d'estudi que interressi, així com seleccionar informació fiable. S'elaborarà una fitxa descriptiva model que comprendrà diferents elements per omplir amb la informació recercada per a cada projecte. En aquesta fitxa hi haurà també un apartat per omplir amb dades numèriques i assoliments de cada iniciativa que s'analitzaran i es valoraran, elaborant gràfiques per poder comparar-les i extreure'n resultats.

#### *Objectiu 2.2.*

S'organitzarà la informació recercada en les fitxes descriptives elaborades anteriorment, així com s'analitzaran aquells aspectes que apareguin comuns en tots els projectes, elaborant gràfiques amb les dades obtingudes per extreure'n resultats. Com a resultats, es podran observar els efectes i canvis que aporta el moviment a la societat actual (utilitzant una metodologia qualitativa al interpretar la necessitat de la societat envers al canvi que es proposa).

Es crearà una plataforma online en format de pàgina web per poder compartir la informació recercada i els resultats obtinguts, creant un espai interactiu on es podrà consultar informació existent dels projectes i del moviment. Aquesta plataforma pretén funcionar com un recull de dades i posar en comú totes les iniciatives existents en un sol espai, facilitant així el coneixement d'aquestes i entendre els canvis que proposen i estan aconseguint en l'entorn social.



## 7. RESULTATS

En aquest apartat final s'exposen els resultats obtinguts per cada un dels objectius marcats a l'inici d'aquest treball d'investigació amb un anàlisi complet de cada un d'ells, el qual servirà finalment per verificar o desmentir la hipòtesi plantejada en el apartat 2. *Objectius i hipòtesi.*

### 7.1. Definició del concepte de Gastronomia Social

#### *Objectiu general 1*

S'ha realitzat una recerca del concepte Gastronomia Social utilitzant diverses eines de busca començant per Google Acadèmic, obtenint un total de més de 35.000 resultats d'articles en llengua anglesa i més de 50.000 en castellà. Cal destacar que després de realitzar una revisió dels resultats obtinguts, no totes les entrades són vàlides ja que no fan referència al concepte cercat, doncs els resultats són genèrics. Es fa una segona recerca del terme però aquest cop entre cometes, per poder cercar articles amb el concepte sencer ("gastronomia social" i "social gastronomy"). Aquest cop els resultats obtinguts són molt més reduïts, tant sols 21 resultats en anglès i 42 en castellà. Aquesta segona cerca permet revisar més articles, obtenint-ne més que mostren contingut vàlid i coherent amb el terme de recerca.

En segon lloc s'ha realitzat també una recerca de definicions en diccionaris de llengua anglesa com serien el Collins Dictionary, Oxford Dictionary, Cambridge Dictionary, entre d'altres que puguin contenir una definició del concepte a tractar. En cap dels diccionaris esmentats anteriorment apareix el concepte '*Social Gastronomy*', així com tampoc apareixen possibles variacions com '*food for change*'.

S'ha realitzat també una recerca a les xarxes socials de possibles definicions o conceptes que puguin estar relacionats amb el tema d'estudi. S'ha contemplat la xarxa social *Instagram*, trobant un ampli ventall de *hashtags* - paraules procedides del símbol de coixinet (#), usat a les xarxes socials per identificar fotografies o textos d'un tema específic - tots relacionats amb el tema d'investigació d'aquest projecte. S'han considerat els següents 5 *hashtags* com els més rellevants, ja que tracten o mantenen una relació amb el moviment de Gastronomia Social. S'adjunta un gràfic a continuació on es mostren les etiquetes cercades, així com la data de revisió i el nombre de publicacions trobades per cada una.

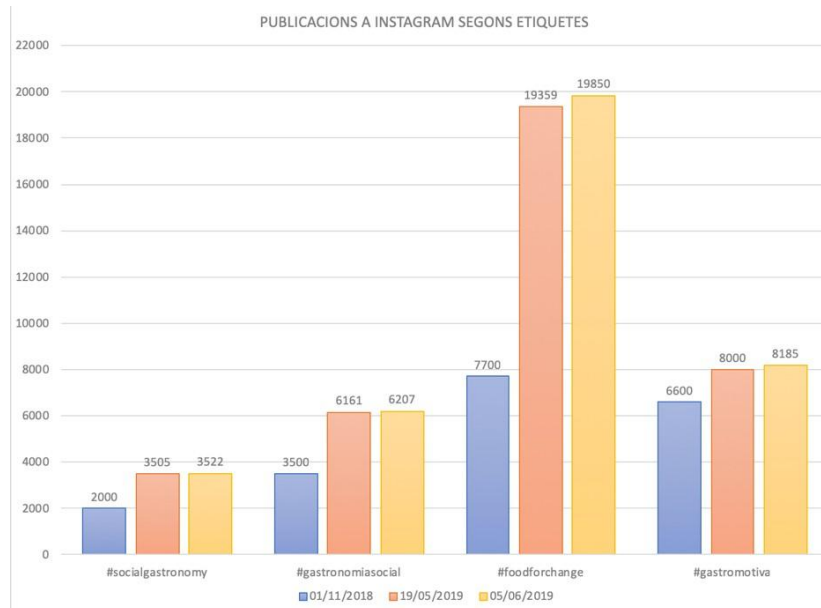


Figura 7: Publicacions a Instagram classificades per etiquetes. Font: Elaboració pròpia a partir de <https://www.instagram.com>

Com es pot observar en el gràfic anterior, hi ha un increment de publicacions utilitzant aquestes etiquetes al llarg de l'elaboració d'aquest projecte, sobretot en els casos de *#gastronomiasocial* i *#foodforchange*. Aquestes han doblat el seu nombre respecte la primera cerca, fet que indica que aquests conceptes tenen una presència activa a les xarxes, i per tant aquest moviment comença a ser una tendència. S'han comparat els resultats d'aquestes etiquetes i s'han comparat amb una de més popular, per poder veure quin és el nivell en el que es troben per poder-se considerar o no una tendència de cerca i publicació. S'ha pres com a exemple l'etiqueta *#foodwaste*, la qual presenta un total de 170.150 publicacions fins el 5 de Juny de 2019 (Instagram, s.f.). Aquesta darrera etiqueta seria considerada com a estable i una tendència, per la quantitat de publicacions i mencions que compta. La resta d'exemples escollits no arriben a aquests nivells encara, però s'ha observat un gran increment al llarg de la investigació, per tant no es descarta que aquestes creixin i arribin als nombres de *#foodwaste*. Es mostra a continuació la comparació entre aquesta darrera etiqueta i les anteriors, per poder observar la gran diferència que existeix entre elles, tenint en compte però que el moviment de Gastronomia Social tot just acaba de començar, i que tot i així compta amb una gran participació a les xarxes.

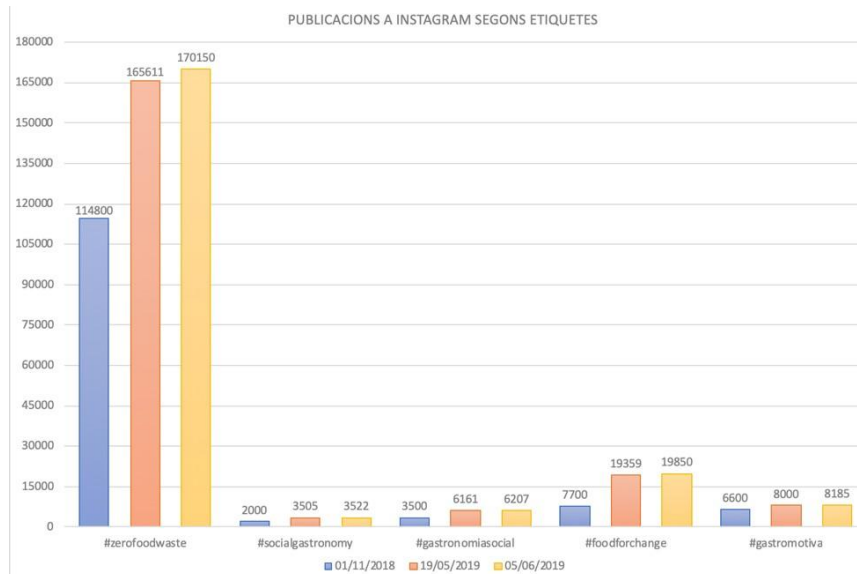


Figura 8: Publicacions a Instagram segons etiqueta, comparació. Font: Elaboració pròpia a partir de <https://www.instagram.com>

L'objectiu d'aquest petit apartat és poder comprovar i entendre el concepte de Gastronomia Social, però després de revisar els resultats de la recerca, amb diverses variacions del terme, s'ha arribat a la conclusió que no existeix una definició com a tal.

Per aquesta raó, s'ha fet una recerca a la xarxa també de possibles notícies i publicacions sobre el tema, trobant un conjunt de pàgines web que expliquen el concepte i presenten el moviment de Gastronomia Social. En un article escrit per la directora executiva de la plataforma Gastromotiva, Nicola Gryczka, publicat el 2018 a la pàgina web oficial del World Economic Forum, s'explica aquest concepte de Gastronomia Social. A continuació es cita la definició que se li atorga al concepte: *'Veiem la Gastronomia Social com una visió inclusiva de la relació entre la cuina i les persones, una manera de servir els altres respectant el medi ambient i la cultura, així com és una oportunitat de viure en un futur amb zero fam i zero malbaratament'* (Gryczka, 2018). Per altre banda, a la pàgina web oficial del moviment de Gastronomia Social, apareix una altra definició donada pel mateix xef David Hertz, que defineix el concepte com una solució centrada en les persones, que utilitza el poder del menjar i la gastronomia per generar oportunitat, així com dignitat i inclusió social, prenent millorar l'educació nutricional i eliminar el malbaratament de menjar (Social Gastronomy Movement, 2018).

Com s'ha presentat a partir de les definicions del terme gastronomia a l'inici d'aquest projecte, el menjar toca cada aspecte de la vida dels individus: l'ambient, agricultura, economia, salut, i la vida social. Aquesta és una definició similar a la que proposa Brillat-Savarin, la qual es pot relacionar amb el terme que s'intenta definir: Gastronomia Social. La Gastronomia Social utilitza el menjar per transformar les diferents realitats socials - tals com la fam, la mala nutrició, pobresa, atur, i desigualtats – en oportunitats, dignitat i estabilitat social. Així és com la descriu David Hertz.

Es pot utilitzar la gastronomia com a eina dignificant per crear una societat més inclusiva, més justa, sense fam ni pobresa, i amb una millor educació nutricional.

## 7.2. Àmbits de la Gastronomia Social

### Objectiu 1.1.

Es presenten a continuació els resultats extrets sobre els àmbits de la gastronomia social. A l'hora d'analitzar els projectes s'han desglossat aquests àmbits per tal de crear una classificació més acotada als objectius de cada projecte. Es pot observar en el gràfic següent els grans blocs que defineixen els àmbits on la gastronomia es troba relacionada amb la societat, i per tant els sectors on aquesta actua. S'han distingit els diferents segments per colors per tal de facilitar la lectura dels resultats per àmbits. En primer lloc s'hi troba l'àmbit de l'alimentació, el qual s'ha representat de color blau, el qual engloba l'alimentació per col·lectius, la millora de l'alimentació escolar i l'alimentació en situació de crisi. En segon lloc, de colors grisos, hi ha l'àmbit de capacitat professional i inclusió social. En tercer lloc apareix l'educació nutricional, representada de color taronja, el qual s'ha decidit no ajuntar amb cap altre àmbit per la gran importància d'aquest dins el moviment de gastronomia social. Per últim, hi ha en verd tots els àmbits relacionats amb el medi ambient i malbaratament alimentari. Un dels factors que s'ha de tenir en compte és que s'han contemplat un o més àmbits per cada projecte, per tal d'adaptar-se al màxim als seus objectius i finalitats que presenten, fet que representa que els percentatges que es mostren són d'uns 98 àmbits nombrats per un total de 53 projectes analitzats.

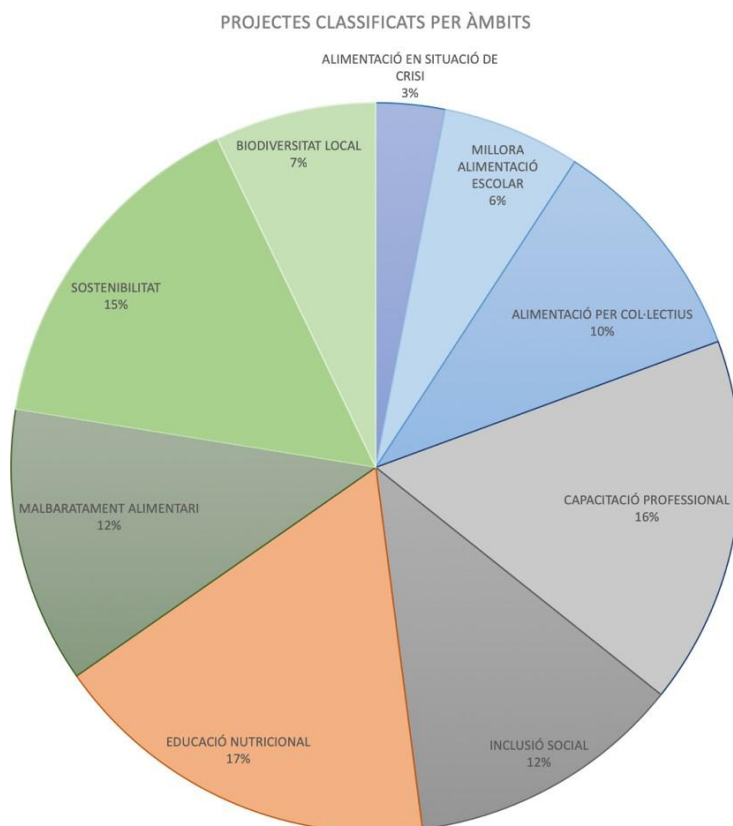


Figura 9: Representació dels projectes classificats per àmbits. Elaboració pròpia.

L'àmbit amb més presència entre els projectes ha estat l'ambiental, sumant un 34% del total, i d'aquest un 12% és representat per d'iniciatives enfocades en la reducció del malbaratament d'aliments. Per una banda, hi ha projectes que han destinat aquests aliments recuperats a entitats caritatives, per tal que després siguin repartits a les persones que més els necessitin. Per altre banda, molts xefs han utilitzat aquests productes per crear plats i banquets, amb la idea de sensibilitzar la societat, demostrant que amb aquests ingredients encara es poden crear delicioses receptes, saludables i delicioses. Alguns exemples d'aquest tipus de projectes serien Oz Harvest (Austràlia), recuperant més de 37mil tones d'aliments arreu del país; així com el cas dels restaurants temporals WastEd (Londres i Nova York), ideats pel xef Dan Barber, on es van cuinar més de 10.000 plats utilitzant aliments que haurien estat llençats (WastEd, s.f.; Oz Harvest, s.f.).

En segon lloc hi ha l'àmbit relacionat amb la sostenibilitat, amb un 15%, el qual engloba aquells projectes que prenen com a objectiu millorar el canvi climàtic a partir de la gastronomia, així com són respectuosos amb el medi ambient i funcionen amb un sistema sostenible. Alguns exemples de projectes serien *The edible balcony*, un projecte que promou la creació de jardins als balcons de les ciutats per obtenir productes propis sense malmetre el medi ambient; així com els projectes els quals el principal objectiu és reduir el malbaratament de menjar, automàticament estan aconseguint una acció de millora del medi ambient i funcionen amb mètodes sostenibles (*The edible balcony*, s.f.). Entren dins d'aquesta classificació els projectes que promouen un consum d'aliments locals i a la vegada defensen un consum sostenible d'aquests.

El restant 7% són projectes de biodiversitat local. Aquests tipus d'iniciatives són més complexes, ja que defensen la idea de redescobrir ingredients i tècniques gastronòmiques locals i aborígens, per després poder transmetre el coneixement de com cuinar aquests aliments i com es consumeixen. Un gran exemple és el projecte liderat pel xef Alex Atala, sota el nom *Instituto ATÁ*, el qual no només intenta catalogar nous ingredients de la selva amazònica, sinó també pretén restaurar les economies dels pobles aborígens mitjançant la comercialització dels seus productes (*Instituto ATA*, s.f.).

El segon àmbit global que té més presència és el de la capacitat professional i inclusió social, amb un 28% sobre el total. Aquest àmbit és important pel fet que és un dels objectius principals del moviment, de crear oportunitats laborals per aquelles persones en risc d'exclusió social, capacitant-les en el sector gastronòmic per poder trobar una feina en aquesta indústria. Tots dos sectors van agafats de la ma, ja que les persones que reben aquests cursos de capacitat compten amb una segona oportunitat per tornar a formar part de la comunitat. Dins aquest àmbit hi ha una tipologia de projectes que són de reinserció social, comptant que serien aquells els quals les persones beneficiades estan aïllades de manera completa de la societat, com seria l'exemple de les presons. S'ha observat una reducció en cometre un altre ofensa en el cas dels presos que participen en programes de cuina dins les presons, ja que hi ha voluntat de canvi i millora personal. Seria el cas de *The Clink Charity* (al Regne Unit), on es capacita als presos a

cuinar, en cuines i restaurants professionals, on més tard poden treballar un cop acaben amb el temps de condemna (The Clink Charity, s.f.).

En l'àmbit d'inclusió social s'ha inclòs un tema més delicat, tractant sobre els refugiats i immigrants. En els darrers anys han aparegut projectes destinats a la inclusió d'aquestes persones a una societat i comunitat totalment nova, i s'ha aconseguit a partir de tallers de cuina i programes per facilitar aquesta integració. Aquest apartat està relacionat també amb l'àmbit d'alimentació en situació de crisi, un exemple de la qual seria l'alimentació en camps de refugiats, o per exemple el cas de cuines d'emergència per causa de desastres naturals. El projecte de *Refugee's Kitchen* seria un clar exemple del primer cas, una furgoneta amb una cuina desmuntable que serveix com a centre de trobada d'aquelles persones que vulguin participar, on es celebren àpats cuinats entre tothom i altres activitats lúdiques, amb la finalitat d'incloure refugiats i compartir experiències alimentàries de les diferents cultures presents (Refugee's Kitchen, s.f.). És una bona manera de rebre persones que no tenen un lloc en aquesta societat, obrint-los les portes a formar part d'una nova comunitat.

A continuació, es troben els àmbits de l'educació nutricional i de l'alimentació, amb un percentatge del 17% i del 19% respectivament. Els projectes que s'han classificat com educació nutricional són aquells els quals estan enfocats sobretot a nens/ nenes i estudiants a les aules, on se'ls explica la importància de mantenir una alimentació saludable, equilibrada i nutritiva. S'ofereixen tallers pràctics on els estudiants aprenen el valor del menjar i en alguns casos es promouen projectes de jardineria, on es cultiven productes per aprendre'n l'origen i les propietats nutricionals d'aquests. El coneixement que reben els alumnes és una manera d'entendre els beneficis de mantenir una dieta sana i equilibrada, a la vegada que prenen consciència del que mengen i com s'alimenten. El que s'aconsegueix al impartir aquesta disciplina, sobretot en països subdesenvolupats, és una reducció del problema de malnutrició, així com es facilita l'accés a una dieta equilibrada per aquelles persones més necessitades. Aquest és un dels objectius principals del moviment de Gastronomia Social. Aquest programa va moltes vegades acompanyat d'una bona alimentació als menjadors escolars, ja que és la manera més resolutiva de donar exemple del que aprenen a les aules. Molts menjadors escolars no ofereixen un menú suficientment nutricional pels nens o saludable, ja sigui per la falta de coneixements dels cuiners com de recursos del centre. És així, que molts projectes estan enfocats en formar aquests treballadors per tal que transmetin el missatge d'una bona alimentació a partir d'uns bons àpats. Una bona alimentació afecta també positivament en l'atenció i ganes d'aprendre de l'estudiant, ja que aquest té més energia i concentració (FAO, 2005).

Dins el gran apartat de l'alimentació, s'hi troben projectes enfocats en l'alimentació de col·lectius, ja siguin hospitals, centres de persones de tercera edat, o menjadors socials. Un dels projectes amb més pes és Food For Soul, fundat pel millor xef del món 2018 Massimo Bottura. La filosofia que defensa Massimo és simple, crear menjadors socials que van un pas més enllà del que el públic coneix. S'anomenen Refettorios, un concepte que prové de la paraula llatina *reficere*, que significa refer i restaurar.

Aquests Refettorios són espais reformats i restaurats amb la col·laboració d'artistes i dissenyadors de renom d'arreu del món, per tal de donar a aquests menjadors un ambient i una atmosfera de benvinguda pels visitants. Són espais on aquelles persones que es troben en una situació vulnerable poden gaudir d'un àpat equilibrat i nutritiu, i que a la vegada ha estat elaborat amb productes de qualitat i recuperats de ser malbaratats. La diferència amb un menjador social comú, a part de la decoració impecable dels espais, és que els àpats són cuinats en mans de xefs de renom voluntaris, obtenint uns plats que són agradables, ben presentats, així com nutricionals. Per tant, l'objectiu és fer actes gastronòmics, no només nodrir als convidats. Aquests Refettorios són un exemple de com la Gastronomia Social pot arribar a canviar la manera de com concebre un menjador social tradicional, transformant-los en espais on es valora la gastronomia, el poder de la bellesa, i la qualitat de les idees. L'alimentació és pel cos a la vegada que és per l'ànima (Food For Soul, s.f.).

### 7.3. Actors del Moviment de Gastronomia Social

#### *Objectiu 1.2.*

Els xefs i cuiners són l'ingredient clau de la missió del SGM, ja que en són els portaveus i qui utilitzen el seu coneixement, passió, talent i implicació social per adreçar els canvis necessaris a través de la cuina. El menjar s'ha transformat en el nou mitjà de l'activisme social, i xefs d'arreu del món estan utilitzant les seves cuines i influència social per crear aquesta plataforma, ajudant als més desafavorits i millorant la educació nutricional, fet que demostra que la cuina i la gastronomia es pot utilitzar com una eina de canvi per aconseguir un futur millor.

Per tal de trobar aquests actors del SGM s'han analitzat dues de les llistes i classificacions més reconegudes a nivell internacional, les quals són la Guia Michelin i el llistat dels *World's 50 Best Restaurants*. S'han extret les dades del passat any 2018 per tal d'obtenir resultats més recents. S'ha realitzat una taula d'Excel (*adjunta a l'apartat d'Annexes*), on s'ha escrit per una banda els 100 millors restaurants del món segons apareixen a la pàgina web oficial, així com els noms dels xefs i el país on aquests estan situats (*World's 50 Best Restaurants*, s.f.). Per altra banda, s'ha fet una recerca d'aquests mateixos restaurants a la Guia Michelin, per tal de verificar que aquests xefs i cuiners pertanyen al sector de l'alta gastronomia (*Michelin Guide*, s.f.).

S'han utilitzat ambdues llistes ja que s'ha observat que la Guia Michelin no es publica a nivell mundial, així que hi havia restaurants de certs països que quedaven exclosos d'aquesta classificació, així com a la llista dels *World's 50 Best Restaurants* hi apareixen restaurants que no tenen estrella Michelin, així com només n'apareixen fins a un total de 100 restaurants. És així que les dades que s'han recollit han estat aquests 100 millors restaurants a nivell mundial, endreçats per la posició que mantenen a la llista (del u al cent), seguit pel nom del/la xef corresponent, i la ciutat i país on es troba cada local. Seguit, s'han buscat si aquests restaurants de la llista han mantingut a dia d'avui alguna estrella Michelin.

Finalment, s'ha comparat aquesta llista amb el recull de projectes que s'han identificat anteriorment, indicant si aquests xefs amb estrella Michelin i que apareixen a la llista dels 100 millors restaurants del món formen part d'algun projecte de Gastronomia Social, identificant així els actors del Moviment.

Alguns d'aquests xefs que estan implicats al moviment serien per exemple Massimo Bottura, el qual es troba en la posició número ú dels millors restaurants del món i compta amb tres estrelles Michelin. Massimo és el fundador del projecte Food For Soul, on la principal missió és adreçar el tema del malbaratament alimentari, alimentant a la vegada a aquelles persones més pobres i desafavorides a través del concepte de Refettorio. Un altre exemple seria Jamie Oliver, qui està plenament compromès en millorar la educació nutricional, salut i alimentació dels més petits arreu d'Anglaterra.

S'ha observat però, que d'aquesta llista que contempla els millors restaurants i aquells que tenen estrella Michelin, és molt baix el número de xefs que formen part del moviment de Gastronomia Social.

Es mostren a continuació els resultats extrets, contemplant les dades de la graella elaborada, on s'analitzen la quantitat de xefs estrellats i que formen part d'aquesta classificació dels millors restaurants del món, així com també s'han analitzat altres paràmetres com el gènere dels/les xefs.

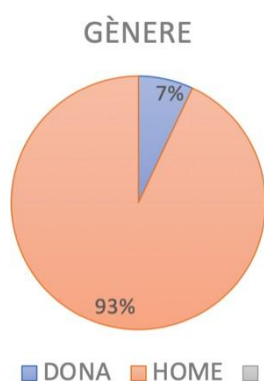


Figura 10: Gènere dels/les xefs del nucli dur d'estudi. Font: Elaboració pròpia.

En aquest primer gràfic es pot observar que el percentatge de xefs que formen part de la llista dels *World's 50 best restaurants* del sexe femení és molt reduït (un 7%) en comparació amb els percentatge d'homes, que seria un 93%, encara que aquest gràfic és enganyós. Dels 100 xefs que apareixen a la llista, només n'hi ha 7 que són xefs dones, de les quals 1 té un projecte, i en canvi, dels 93 xefs homes només 7 ténen projecte, el que representa un 8%, una xifra inferior comparativament a la de xefs dones, que és un 14%.

	DONES	HOMES
projectes	14%	8%
No projectes	86%	92%
Total	100%	100%

Taula 3: Relació per gènere del nombre de projectes dels integrants dels 50 best. Elaboració pròpia a partir de (World's 50 Best Restaurants, s.f.)



A continuació es mostra un segon gràfic on hi apareixen els restaurants que formen part d'aquesta classificació dels *50 Best* i que a la vegada compten o no amb estrella Michelin. A la *Figura 11*, s'observa que el 33% dels restaurants que apareixen en aquesta llista dels *50 best* compten amb tres estrelles Michelin, i que per tant es podria dir que formen part d'aquesta minoria considerats com els millors dels millors. En segon lloc s'hi troba un 20% que compten amb dues estrelles, i un 19% que compten amb 1. Per últim, hi ha un 28% que no tenen cap estrella Michelin, però si que apareixen a aquesta llista. Aquest fet és degut, en part, perquè la Guia Michelin no es celebra a nivell mundial, havent-hi països que queden exclosos d'aquesta qualificació.

### ESTRELLES MICHELIN

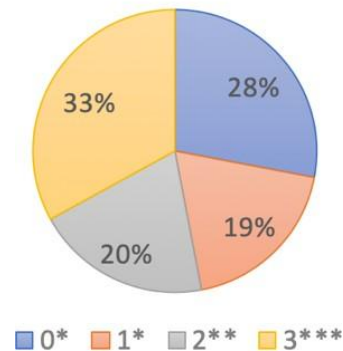


Figura 11: Nombre de xefs segons quantitat d'estrelles Michelin. Font: Elaboració pròpia a partir de (Michelin Guide, s.f.).

### PROJECTES

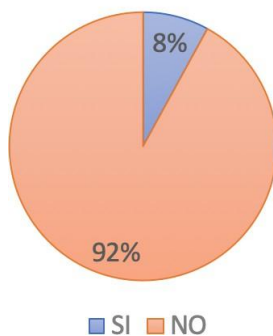


Figura 12: Representació de projectes del nucli dur. Font: Elaboració pròpia.

Aquests dos factors presentats anteriorment no són suficients per detectar quins són realment els actors del moviment, pel que queda determinar un últim punt: els projectes. S'han recercat els noms dels xefs que apareixen a la llista dels *50 best*, per tal de comprovar si aquests havien fundat algun projecte relacionat amb la Gastronomia Social. El resultat, només 8 xefs formen part del moviment. Com es mostra clarament a la *Figura 12*, un total del 92 xefs citats a la llista no tenen projectes propis de Gastronomia Social, i per tant queden exclosos de ser els possibles actors d'aquesta tendència. En canvi, el 8% restant és el que interessa analitzar.

A continuació es mostra un gràfic de barres (Figura 12) mostrant la quantitat de projectes existents els quals els xefs són o no estrellats i apareixen a la llista dels 50 best. D'aquests 8 projectes, 4 són fundats per xefs homes que compten amb estrella Michelin, mentre que els 4 restants no tenen estrella Michelin, un dels quals la xef és dona.

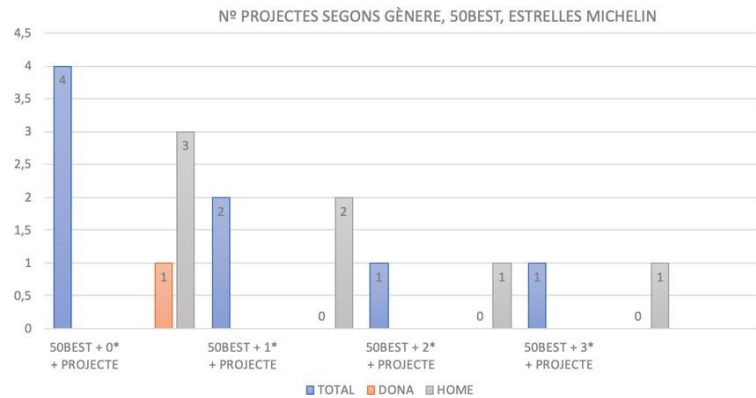
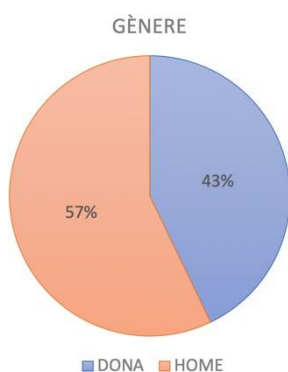


Figura 13: Classificació de projectes segons gènere i reconeixements. Font: Elaboració pròpia a partir de (Michelin Guide, s.f.; World's 50 Best Restaurants, s.f.).

És a partir d'aquest moment que es comencen a trobar resultats de qui realment són els actors del Moviment de Gastronomia Social. Fins aquest punt s'ha analitzat el que ha estat considerat com el nucli dur de l'estudi, els xefs que compten amb un reconeixement a nivell mundial com ho són les estrelles Michelin o aparèixer a la prestigiosa llista dels millors restaurants del món. S'ha vist qui serien els representants d'aquest petit grup de xefs, trobant que són un escàs 8% de 100 xefs en total.

Per tal de poder analitzar els actors del moviment, s'ha realitzat una taula d'Excel a la inversa que l'anterior, col·locant tots els projectes recopilats, fins al moment i omplint les dades necessàries per extreure'n el resultat final. S'han recercat projectes del moviment i s'han analitzat, un per un, per descobrir qui són els mestres darrere les accions. Quan s'han aconseguit els noms dels xefs, s'ha fet una recerca de cada un d'ells, per poder identificar en quin àmbit es troben, i en el cas de formar part del sector de la gastronomia, a quin nivell s'hi troben. Aquesta última part ha estat una de les dificultats més grans que s'han encarat a l'hora d'extreure aquests actors, ja que ha estat complicat o no hi ha hagut èxit en trobar les persones que hi ha darrere de cada projecte, ja que no es troba tota la informació a les pàgines web dels projectes o a la xarxa. També ha estat un repte trobar les dades personals d'aquests actors, que haurien servit per identificar en quin sector de la gastronomia es troben, rebaixant per tant el percentatge de mostra necessària per extreure conclusions. S'ha de tenir en compte que els següents resultats han estat analitzats sobre un total de

La segona taula d'Excel elaborada, aquest cop més complexa per la quantitat de dades a analitzar, s'hi han determinat una sèrie de factors clau per identificar els actors finals; comptant amb els projectes, els xefs, el reconeixement d'aquests dins la indústria (en el cas de pertanyir-hi), així com el gènere d'aquests. S'adjunten els resultats obtinguts a continuació, així com la taula serà adjunta a l'apartat 12. Annexes.



En primer lloc es pot observar el gènere dels/les xefs els quals compten amb un projecte de Gastronomia Social. Clarament es segueix observant que la majoria de la mostra és del sexe masculí, amb un 57% del total. En comparació però amb les dades anteriors, la diferència no és tan gran, ja que el 43% dels projectes restants són liderats per dones.

Figura 14: Gènere dels líders dels projectes.

Font: Elaboració pròpia.

En segon lloc, es mostra un gràfic de barres amb la classificació d'aquests actors, contemplat en quina posició de la indústria gastronòmica es troben o inclús si en formen part. Les diferents etiquetes que s'han considerat són les següents: *Xef estrellat*, s'ha considerat aquell que compta amb una estrella Michelin, però no forma part de la llista dels 50 Best. *Xef 50 best* seria per tant el contrari de l'anterior, el qual apareix a la llista però no compta amb estrella Michelin. En tercer lloc hi ha aquells xefs que tant compten amb estrella com apareixen a la llista. A continuació, s'ha creat una categoria per aquells xefs que no formen part de cap de les dues classificacions anteriors, però que han treballat en algun restaurant estrellat o d'alta cuina en algun moment de les seves carreres, així com si han mantingut una estrella en algun punt o han estat nominats a la llista *50 best*. Per últim, s'han trobat algunes persones que formen part del moviment de Gastronomia Social i del sector gastronòmic, però no encaixen amb cap de les categories anteriors, els quals s'han contemplat com *Altres relacionats amb cuina*. Aquest seria el cas de xefs, cuiners, *Celebrity Chefs*, etc. El segon grup de persones són aquelles que no formen part del sector gastronòmic, però sí del moviment, nomenats com *Altres no relacionats amb cuina*. Seria el cas dels emprenedors/es socials, activistes mediambientals, periodistes o empresaris/es. Es mostren els resultats a continuació, a la *Figura 15*.

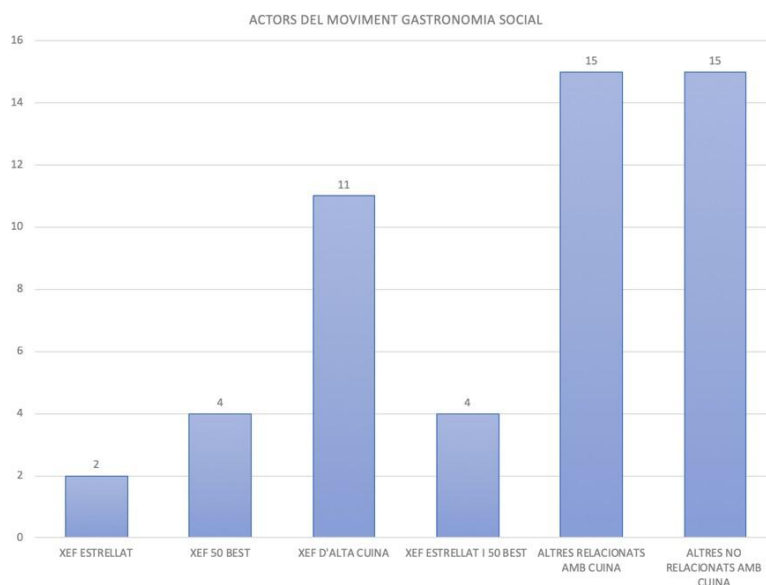


Figura 15: Actors del moviment classificats segons criteri propi. Font: Elaboració pròpia.

Després d'observar el gràfic anterior, es poden començar a veure de manera clara quins són els actors principals del moviment de Gastronomia Social. Es mostra a continuació la figura final, un gràfic que representa clarament que una cinquena part dels projectes analitzats són liderats per xefs que formen part de l'alta gastronomia (la qual inclou xefs estrellats i 50 best, considerats com el nucli dur de l'estudi). En segon lloc hi ha un altre 22% escàs, representat per aquells xefs d'alta cuina, anomenats així pel fet que han format part d'aquest sector en algun moment de la seva trajectòria culinària. Conjuntament aquests dos formen un total del 40% dels projectes, el qual és un nombre significatiu en relació al total que no s'esperava observar. En tercer lloc hi ha un 29% del total que representa aquells cuiners, xefs i d'altres actors que formen part del sector però no compten amb un reconeixement com el primer grup i tampoc formen part del segon. Per últim, hi ha un 29% que no formen part del sector de gastronomia (serien emprenedors socials, activistes mediambientals o filòsofs, entre d'altres), però han creat projectes de Gastronomia Social perquè creuen que aquesta disciplina és realment una eina de canvi, i per tant formen part del moviment.

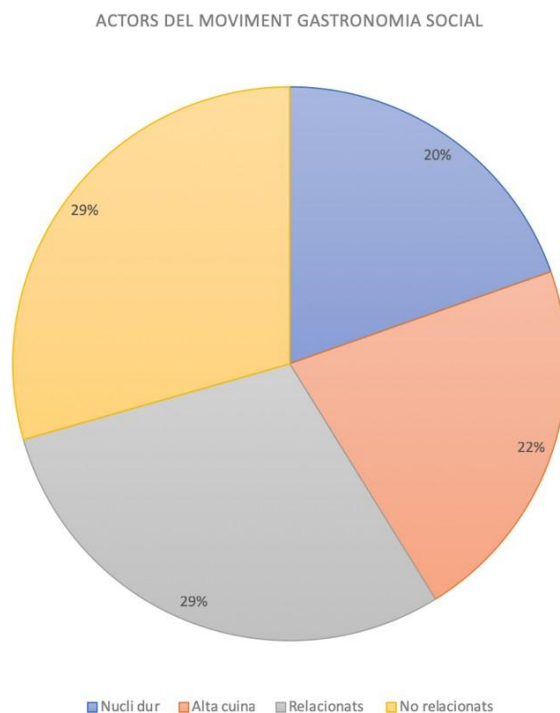


Figura 16: Actors del moviment de Gastronomia Social. Font: Elaboració pròpia.

### **7.3.1. Efectes de la Gastronomia en l'entorn social**

#### *Objectiu 1.3.*

Per entendre l'impacte que aquest moviment aporta a la societat s'han analitzat les dades recopilades dels projectes que s'han pogut trobar, fent un recull de les que aquests tinguessin en comú i elaborant una tercera taula d'Excel. En aquesta taula s'hi recullen les dades econòmiques dels projectes, tant els ingressos com les despeses, per tal d'entendre la quantitat de diners que aquest moviment mou. S'han analitzat les dades del 2017 i en alguns casos, de l'any 2018 com a punt de comparació. Aquesta recerca de dades ha suposat un problema, ja que moltes de les entitats encara no han publicat aquesta informació del darrer any 2018, i per tant s'ha hagut d'utilitzar la declaració de dos anys anteriors. A més a més, s'han enviat correus electrònics als projectes dels quals no es podien trobar dades, però no s'ha obtingut resposta o hi ha hagut problemes de comunicació amb les entitats.

Per altre banda, les dades que s'han analitzat per definir l'impacte del moviment són diferents en cada projecte, ja que pertanyen a diferents àmbits i treballen sobre diverses bases i objectius. S'han definit per tant quatre aspectes que es troben a la majoria dels projectes seleccionats: Persones beneficiades, àpats servits, voluntaris, i tones de menjar que s'han recuperat.

Per tal d'extreure unes bones conclusions i comprovar si realment aquest moviment està tenint un impacte en la situació actual, s'han comparat els resultats amb un projecte conegut a nivell mundial i relacionat amb la millora de l'entorn social, com és el cas de Oxfam Intermón. S'han comparat les dades dels mateixos anys d'aquesta entitat amb les dades totals del moviment de Gastronomia Social, representat per aquells projectes els quals s'han pogut obtenir números.

Aquesta comparació s'ha realitzat per entendre la relació que existeix entre ambdós grans projectes, entenent així si la Gastronomia social es pot considerar com un moviment transformador de l'entorn o no. D'un total de 53 projectes analitzats, només s'han trobat dades d'una minoria. S'han considerat però, que del total de projectes n'hi ha 11 que són projectes més significatius dins el moviment, ja sigui per les dimensions d'aquests com per la presència a les xarxes que tenen i les vegades que són mencionats pel mateix moviment. D'aquests 11 projectes s'han trobat dades de 8, el que representa un 72% de la mostra. Amb les dades d'aquests projectes es poden treure conclusions vàlides sobre el moviment.

Es mostren les taules elaborades a continuació, així com un petit comentari dels resultats obtinguts. Aquestes mateixes taules es trobaran al document excel general adjuntat a l'apartat d'annexes. En el cas de les dades econòmiques s'ha fet la conversió de divises utilitzant l'eina Google Converter, el qual fa el canvi més actualitzat possible, per tal d'obtenir totes les quantitats en Euros.

NOM PROJECTE	INGRESSOS		DESPESES	
	2017	2018	2017	2018
Gastromotiva	€ 1.364.561,31		€ 1.364.561,31	
Food For Soul	€ 734.540,00	€ 531.329,00	€ 365,536	€ 531.329,00
Oz Harvest	€ 7.289.025,67	€ 8.572.340,37	€ 6.826.879,99	€ 8.475.616,42
The Clink	€ 2.711.611,33		€ 2.783.046,49	
Food Share	€ 5.813.380,77		€ 5.859.794,02	
World Central Kitchen	€ 19.244.086,11		€ 8.703.134,66	
Friends International - tree alliance	€ 2.134.721,52		€ 1.835.702,05	
DC central Kitchen	€ 15.763.425,70	€ 15.487.639,52	€ 15.751.878,02	€ 15.273.288,70
<b>TOTAL</b>	<b>€ 55.055.352,42</b>	<b>€ 24.591.308,89</b>	<b>€ 43.125.362,09</b>	<b>€ 24.280.234,12</b>
<b>COMPARACIÓ DE DADES ECONÒMIQUES</b>				
<b>PROJECTES</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>GASTRONOMIA SOCIAL</b>	€ 55.055.352,42	€ 24.591.308,89	€ 41.289.660,04	€ 23.748.905,12
<b>OXFAM INTERMÓN</b>	€ 102.015.434,00	€ 110.297.166,00	€ 100.373.288,00	€ 108.247.068,00
<b>DIFERÈNCIA</b>	<b>€ 46.960.081,58</b>	<b>€ 85.705.857,11</b>	<b>€ 59.083.627,96</b>	<b>€ 84.498.162,88</b>

Taula 4: Comparació de dades econòmiques del 2017 entre Gastronomia Social i Oxfam Intermón. Elaboració pròpia a partir de (Gastromotiva, 2017; Food for Soul, 2017; Oz Harvest, 2017; The Clink Charity, 2017; Food Share, 2017; World Central Kitchen, 2017; Friends International, 2017; DC central kitchen, 2017; Oxfam Intermón, 2017).

NOM PROJECTE	ÀPATS SERVITS	PERSONES BENEFICIADES	FOOD RESCUED (tones)	VOLUNTARIS
Gastromotiva	2017 113.400	2017 104.590	2017 35	2017 1.960
Food For Soul	2017 450.000	2017 150.000	2017 45	2017 1.170
Oz Harvest	2017 17.150.677	2017 9.052	2017 5.780	2017 1.840
The Clink	2017 98.000	2017 304	2017	2017
Food Share	2017 86.740	2017 468.737	2017	2017 5.300
World Central Kitchen	2017 14.000.000	2017 63.040	2017	2017 22.000
Friends International - tree alliance	2017	2017 655	2017	2017
DC central Kitchen	2017 3.560.200	2017 3700	2017 898	2017 30.943
<b>TOTAL GASTRONOMIA SOCIAL</b>	<b>2017 35.459.017</b>	<b>2017 800.078</b>	<b>2017 6.758</b>	<b>2017 63.213</b>
<b>TOTAL OXFAM INTERMÓN</b>	<b>2017</b>	<b>2017 19.200.000</b>	<b>2017</b>	<b>2017 1730</b>

Taula 5: Comparació de dades d'impacte social del 2017 entre Gastronomia Social i Oxfam Intermón. Elaboració pròpia a partir de (Gastromotiva, 2017; Food for Soul, 2017; Oz Harvest, 2017; The Clink Charity, 2017; Food Share, 2017; World Central Kitchen, 2017; Friends International, 2017; DC central kitchen, 2017; Oxfam Intermón, 2017).

A partir de les taules anteriors es pot observar que el moviment de Gastronomia Social té un impacte a nivell econòmic d'ingressos d'un 53% respecte Oxfam Intermón. Aquest percentatge és elevat si es considera que aquest moviment és relativament nou, i que només s'estan contemplant 8 projectes sobre 53, en comparació amb un projecte com és Oxfam Intermón, que presenta unes dimensions molt grans comparades amb el moviment de Gastronomia Social. Es pot fer una suposició per tant – comptant que s'han analitzat més del 50% dels projectes més rellevants del moviment – que si s'haguessin obtingut les dades de tots els projectes del moviment, els ingressos totals podrien ser iguals o inclús superiors als de Oxfam. Pel que fa a les despeses, els resultats són similars, Oxfam presentant unes despeses més elevades. És natural en una ONG que les despeses siguin iguals o molt properes als ingressos obtinguts, ja que no hi hauria d'haver benefici.

Si s'observa la segona taula, es pot veure que aquestes dades han estat més complicades d'analitzar i generar. És així perquè no tots els projectes comparteixen les mateixes dades dins el mateix moviment de Gastronomia Social, així com tampoc les comparteixen amb Oxfam al cent per cent.

Es pot observar que l'impacte social d'ambdós projectes és elevat, considerant els volums als quals treballen. Oxfam gairebé arriba als 20 milions de persones a les quals han ajudat, mentre que els projectes de SGM no arriben al milió. Considerant el volum de persones amb les quals treballa la Gastronomia Social, hi ha un alt nombre de tones d'aliments que s'han recuperat, així com quantitat de voluntaris amb els quals compten és molt elevat. La dada que més destaca són els àpats servits, amb un total de 35 milions.

A partir d'aquestes dades s'observa que en els dos àmbits analitzats (alimentació representada pel nombre d'àpats oferts, i malbaratament alimentari representat per les tones d'aliments recuperats) la gastronomia social ha tingut un impacte positiu. S'haurien d'analitzar les dades de tots els projectes i àmbits per tal d'extreure conclusions definitives

### 7.3.2. *Moviment de Gastronomia Social (SGM) - Recull de projectes*

#### *Objectiu 2.1.*

Els projectes s'han trobat a partir de diverses fonts, tals com a través de la xarxa social *Instagram*, així com a partir de la pàgina web oficial del moviment de Gastronomia Social (Social Gastronomy Movement, 2018). Per fer aquest recull de projectes s'ha buscat primer a aquesta pàgina web, on apareixen diferents projectes que formen part del moviment. Aquesta ha estat una manera d'identificar aquells projectes que realment serien definits com projectes de gastronomia social, ja que el mateix espai del moviment oficial els considera així. Per altra banda, s'ha fet una recerca a *Instagram* a partir dels *hashtags* mencionats anteriorment: *#socialgastronomy*, *#gastromotiva*, *#gastronomiasocial*, *#socialgastronomymovement*, *#foodforchange*. A partir d'aquestes etiquetes s'han pogut identificar alguns projectes que els utilitzaven per promoure el moviment. La tercera via per descobrir i recopilar projectes han estat els fòrums de la indústria alimentària enfocats en la millora de l'actualitat i el futur, presentant projectes innovadors que treballen paral·lelament amb innovació, sostenibilitat i millora social. Alguns exemples són el MAD, el Parabere Fòrum, Fixing the Future, Social Gastronomy Summit i World Economic Forum. Per últim, s'han recercat projectes a partir de la pàgina web del *Basque Culinary World Prize*, un premi econòmic obert a nivell internacional, que s'atorga a un xef que demostrï com la gastronomia pot fomentar un canvi positiu en diversos entorns com la nutrició, educació, innovació culinària, impacte mediambiental i desenvolupament social (Basque Culinary World Prize, s.f.).

La selecció d'aquests projectes ha estat complexa, ja que s'han considerat projectes de gastronomia social segons un criteri propi. S'han trobat projectes que es descriuen ells mateixos com part del moviment, així que s'han inclòs a la llista, encara que no apareguin a la web oficial del moviment o al perfil de la xarxa social *Instagram* del mateix. S'han considerat iniciatives de gastronomia social aquelles que en la seva descripció apareixen paraules i frases del tipus: *utilitzar la gastronomia com a eina de canvi social*, *menjar per transformar (Food for Change)*, *lluita contra el malbaratament d'aliments a través de la gastronomia*, *cuinar per crear oportunitats*, *integració social utilitzant la gastronomia i la cuina*, *rescatar el patrimoni gastronòmic per millorar l'alimentació*, *suportar les comunitats indígenes per la producció i distribució justa dels productes*, entre d'altres. L'aparició d'aquestes frases presentades anteriorment han estat un punt clau per definir si un projecte forma part o no del moviment de Gastronomia Social. En segon lloc, s'ha considerat també si el menjar que s'ofereix (en el cas d'alguns projectes només) manté relació amb la definició de gastronomia presentada a l'inici d'aquest treball d'investigació. S'entén per aquesta última declaració com que els àpats oferts són elaborats utilitzant tècniques i ingredients locals, així com són considerats com preparacions d'un bon menjar del qual les persones beneficiàries poden gaudir a la vegada que els aliments.

S'adjunta a continuació una llista de projectes que s'han pogut identificar, amb un total de 65 projectes, encara que cada dia n'apareixen de nous, així com n'hi ha que no es troben a les xarxes socials o a internet, presentant dificultats en recopilar-ne més. Cal afegir que en aquesta



llista apareixen també iniciatives que no han estat analitzades per manca d'informació. Alguns d'aquests projectes compten amb programes interns, formant una xarxa d'un total de més de 100 projectes individuals, els quals es poden contemplar a la taula d'Excel elaborada per dur a terme l'anàlisi, que es troba adjunta a l'apartat 12. *Annexes*.

1. Gastromotiva
2. Food for Soul
3. Rubies in the rubble
4. The Clink
5. Kakao
6. Recipes for change
7. Oz Harvest
8. ATÁ institute
9. Social food project
10. World central kitchen
11. DC Central kitchen
12. BrigAid
13. Insurgo
14. Edible schoolyard
15. MAD
16. Sustainable food academy
17. Juntos para transformar (Instituto Pachacutec)
18. The edible balcony
19. The real junk food project
20. Refugee's kitchen
21. Cuisine sans frontières
22. The bazaar
23. Über den Tellerand
24. The pig idea
25. Hugh's war on waste
26. Diamantes na Cozinha
27. Conflict cuisine
28. Take back the tray
29. Barriga llena corazón contento
30. Appetite for change
31. Botildenberg
32. Tablée des chefs
33. Share our strenghts
34. Jamie Oliver food Foundation
35. Harran gastronomy school project
36. The Orana Foundation
37. Amass
38. La revolución
39. WastEd
40. ISABELO (Feeding hungry minds)
41. FoodShare
42. Espigoladors
43. Mater iniciativa
44. FUNLEO
45. Chefs deliver
46. Scarf
47. Chefs in Africa
48. Boragó
49. Menjadors Ecològics
50. Hot bread kitchen
51. Instituto Maniva
52. Friends International – tree alliance
53. Sistema B
54. Mula Cocineros
55. The Stop Community Food Centre
56. sObres Mestres
57. Food for Change
58. Chega Junto
59. ISMM creer
60. Chef aprendiz
61. Food forward
62. LOFT kitchen
63. The Giving Kitchen

S'adjunta la taula elaborada amb l'Excel a l'apartat 12. *Annexes*, on es mostren els projectes recollits així com el nom del/la xef i cuiner/cuiner a càrrec del projecte, si aquest xef té alguna estrella Michelin i si forma part del llistat dels *World's 50 best restaurants* (dades compartides amb el llistat anterior utilitzat per trobar els actors del moviment) o si ha guanyat o ha estat nominat a algun altre premi que reconegui el projecte com una iniciativa innovadora i que opta per un canvi social (com seria per exemple el *Basque Culinary World Prize*). En aquesta taula també hi ha el país on es troba el projecte/iniciativa, així com l'any de creació i en quins àmbits dels establerts actua cada un.

Es mostren a continuació els resultats extrets a partir d'aquesta taula, en format de gràfiques que s'analitzaran.

El primer factor a analitzar d'aquest llistat són els anys de formació dels projectes, on es podrà observar si hi ha hagut un canvi al llarg de les últimes dècades, considerant la rapidesa del creixement del moviment i quins han estat els anys amb més activitat.

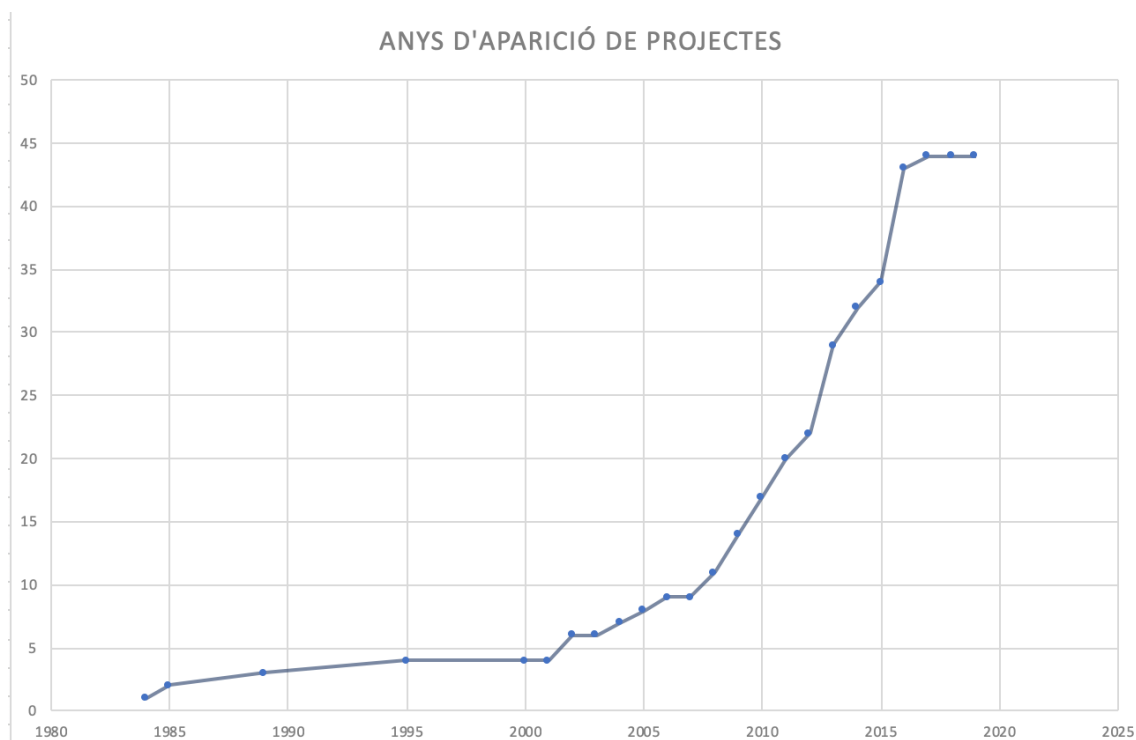


Figura 17: Gràfic representant l'any d'aparició dels projectes. Elaboració pròpia.

En el gràfic anterior es mostra un increment veritablement sorprenent de projectes al llarg dels darrers anys. Els anys amb més activitat són sobretot el 2013 i el 2016, amb 7 i 9 projectes nascuts aquests anys respectivament. Es fa una suposició a continuació. L'increment en l'aparició de projectes a partir del 2016 poden ser deguts a la publicació dels Objectius del Mil·lenni, presentats el 2015 per la ONU, despertant així la necessitat de crear projectes que estiguin alineats amb aquests objectius i que actuïn en els diferents àmbits socials per aconseguir un canvi a nivell mundial.

El que es pot observar a partir d'aquest gràfic i es pot comentar amb seguretat, és el fet que el Moviment és, definitivament, una tendència en estat de creixement global.

Es posa èmfasi en la darrera paraula, a nivell global. És un moviment que inclou a tota la població mundial, una solució a un crit de socors. S'adjunta a continuació un mapa mundi (*Figura 19, a la pàgina 52*), on s'han afegit els projectes que s'han pogut identificar, comptant que hi apareixen tots els projectes analitzats i no analitzats, així com sub-projectes dins d'aquests mateixos. Com es pot observar, hi ha iniciatives en els 5 continents, encara que hi ha una presència més elevada en certs països que d'altres. La gastronomia social és poder el mitjà per combatre la necessitat emergent de canvi d'aquestes comunitats i entorns socials. Es pot observar que hi ha una gran presència de projectes al Brasil, comptant 7 iniciatives, 11 als Estats Units d'Amèrica, i 8 al Regne Unit. Per les mides del mapa i la distribució dels projectes és difícil poder identificar la quantitat de projectes de cada país, així com n'hi ha que se sobreposen al actuar en la mateixa ciutat o zona.

S'adjunta un gràfic amb els percentatges de la quantitat de projectes que hi ha per cada continent, valorats sobre un total de 71 projectes (es contempen iniciatives dins els projectes, que poden actuar en diferents països).

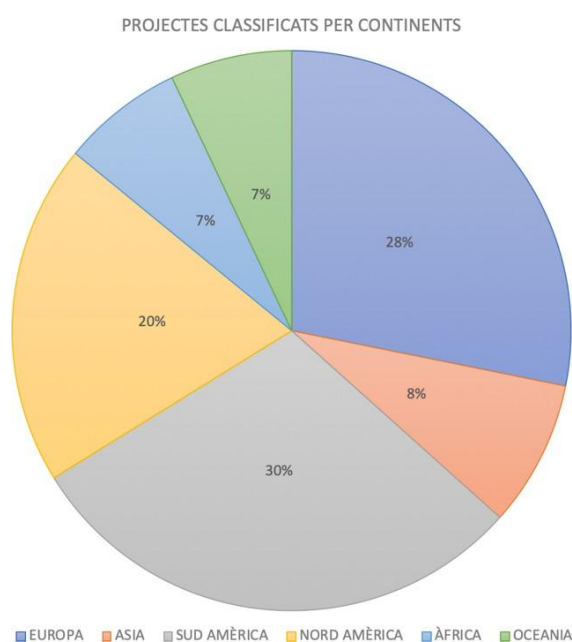


Figura 18: Gràfic representat la quantitat de projectes per continent. Elaboració pròpia.

Pel què fa a nivell continental, Sud Amèrica és el capdavanter en quant a número de projectes que han aparegut en els darrers anys, amb un total de 21 projectes sobre un total de 53 projectes analitzats. El següent és Europa, amb un total de 20 projectes, i finalment Nord Amèrica amb 14. En termes generals, analitzant la quantitat de projectes segons els àmbits per països, Europa es presenta un gran nombre de projectes relacionats amb el medi ambient i l'alimentació. Per altra banda, a Sud-Amèrica els projectes que destaquen són de biodiversitat local i capacitat professional. A continuació hi ha els països del Nord d'Amèrica, on l'àmbit general d'impacte és

l'alimentació, amb tots els sectors que aquest comporta, però enfocats sobretot en la millora de l'alimentació escolar i una educació nutricional més adequada. Les iniciatives de l'àmbit alimentari predominen a l'Àfrica, així com l'educació i la capacitat professional per aportar noves oportunitats. Per últim, hi ha l'Àsia i Oceania, on en el primer continent predomina la capacitat professional (ja que la mostra d'aquest continent són països amb escassos recursos), i en el cas d'Oceania (només Austràlia en aquest cas), compta amb projectes de millora del medi ambiental i sostenibilitat.

Aquests resultats demostren que tots els països i comunitats presenten unes realitats socials completament diferents unes de les altres, pel que els projectes que s'impliquen en cada una d'aquestes zones formaran part d'uns àmbits diferents, cada un adaptat a les necessitats actual de cada entorn, aconseguint un major impacte positiu.



Figura 19. Mapa mundi amb distribució de projectes. Elaboració pròpia utilitzant l'eina (Google Maps, s.f.).

### **7.3.3. Anàlisi dels projectes i iniciatives**

#### *Objectiu 2.2.*

S'adjunten les fitxes descriptives a l'apartat 12. Annexes. En el document adjunt s'hi troben les fitxes de cada un dels projectes amb les dades numèriques corresponents que s'han pogut extreure, així com una breu descripció de la història de creació del moviment, àmbits d'aplicació, missió, visió i objectius generals. S'ha creat una fitxa descriptiva model amb els camps a analitzar basant-se en les dades que s'han trobat dels primers projectes i que s'han cregut convenients o interessants poder obtenir. S'observaran espais en blanc, ja que no tots els projectes presenten les mateixes dades a analitzar o no hi ha informació suficient disponible. Les fitxes s'han escrit en Anglès, ja que en un inici aquestes havien de ser publicades a la pàgina web creada per transmetre tots els resultats i informació cercada.

La segona part d'aquest objectiu era crear un compendi de tota la informació en format online, nua pàgina web amb l'objectiu de funcionar com una plataforma del moviment, utilitzant l'eina creativa i de disseny Wix (Wix, s.f.). Aquest objectiu però no s'ha complert, ja que s'han presentat problemes a l'hora de voler involucrar els projectes en la participació d'aquesta plataforma. S'han enviat correus electrònics als creadors de les iniciatives per recopilar dades sobre els projectes així com captar possibles interessats a participar. S'han rebut respostes comentant que no entenien del tot el projecte i la finalitat, així com d'altres dient que aquesta plataforma existeix. A partir d'aquest dubte plantejat, s'ha fet una recerca i s'ha observat que efectivament, hi ha una pàgina web creada per l'equip fundador del SGM que recopila la informació més important del moviment, així com projectes que en formen part i dades anuals assolides. Finalment s'ha decidit que no hi ha la necessitat de crear una segona pàgina web similar a la oficial que pugui crear confusió o mals entesos, descartant així aquest objectiu.



## 8. CONCLUSIONS

En aquest apartat es pretén revisar i reflexionar sobre els aspectes que s'han experimentat al llarg del procés de creació d'aquest projecte d'investigació, extraient una valoració final que pugui servir com a eina de millora tant personal com pel sector gastronòmic.

Al llarg d'aquest treball d'investigació s'han revisat i analitzat un gran volum de dades, articles i informes relacionats amb el tema d'estudi. El primer objectiu d'aquesta d'investigació era entendre i definir el concepte de Gastronomia Social. S'ha arribat a la definició següent: *La Gastronomia Social és una mètode que utilitza la gastronomia com a eina dignificant per crear una societat més inclusiva, més justa, sense fam ni pobresa, i amb una millor educació nutricional.*

S'han hagut de definir els diferents àmbits d'implicació del moviment, extraient que hi ha 4 grans blocs: medi ambiental i sostenibilitat, alimentació, educació nutricional, i capacitat professional. El moviment està format de projectes i iniciatives que han aparegut arreu del món en els darrers anys. S'han recopilat un total de 63 projectes, dels quals se n'han trobat dades de 53, que són els que s'han analitzat. S'ha observat a partir d'aquestes dades, un increment del moviment exponencial en els últims anys, fet que indica que es troba en un estat de ple creixement, i que per tant, es pot considerar com un inici d'una tendència. S'ha observat també que existeix una tendència de creixement alineada amb els objectius del mil·lenni marcats per la ONU, indicant un possible creixement en un futur.

La hipòtesi que s'havia marcat a l'inici del projecte ha estat: *"Xefs d'alta cuina estan implicats en projectes de 'Social Gastronomy' i per tant, es pot considerar que aquests actors treballen per transformar la societat"*. Per resoldre la hipòtesi, s'han analitzat els actors del moviment, conclouent que només un 20% dels projectes analitzats formen part del nucli dur de l'àmbit d'estudi (xefs amb un reconeixement internacional), un total d'un 42% si s'hi afegeixen els xefs que han treballat a l'alta cuina. Observant aquests resultats, es pot dir que en definitiva, es refusa la hipòtesi, ja que no arriben a la meitat del total perquè aquesta es compleixi, però sí que presenten un paper important dins el moviment, i segueixen treballant per transformar la societat.

Per últim, s'ha fet una comparació entre el moviment de Gastronomia Social i una ONG important a nivell internacional com és el cas de Oxfam, per establir el nivell d'impacte del moviment. No s'han analitzat tots els projectes altre cop per falta de dades econòmiques a analitzar, però sí que s'han escollit aquells moviments considerats com els més significatius del moviment, que són un total de 8 iniciatives. S'ha pogut observar que a nivell econòmic, la Gastronomia Social té uns ingressos iguals al 53% dels ingressos d'Oxfam. Això suposa un moviment de diners important per ser un projecte relativament jove i de dimensions més reduïdes en comparació a Oxfam. A nivell d'impacte social, les dades no s'han correspost, ja que els dos moviments actuen en àmbits diferents. Els moviments socials són els únics moviments que canviaran les coses, i la Gastronomia Social n'és un d'ells, amb grans esperances de futur.

Tot i les dificultats i obstacles trobats al llarg de la realització d'aquest projecte, s'han obtingut uns molt bons resultats, alguns inclús inesperats. Els següents passos per aquest projecte són indefinits, hi ha feina a fer. Es podria crear un llistat dels projectes existents definits pels àmbits on actuen, així com fer una classificació de quina manera estan impactant la societat i de quina manera treballen. Aquestes dades podran ser útils en un futur quan es necessiti informació sobre com afrontar una situació social complicada i aquesta pugui ser solucionada a partir de la gastronomia.

***El futur serà difícil i serà un repte, però sempre serà deliciós – Alex Atala***



## 9. LLISTAT DE REFERÈNCIES

- Aduriz, A. L. (2012). *Cocinar, comer, convivir*. Barcelona : Ediciones Destino.
- Ametller Origen. (s.f.). *Ametller Origen*. Recuperat el 18 de Abril de 2019, de <https://ametllororigen.cat/ca/>
- Arnott, M. (1976). *The anthropology of food and food habits*. Paris: Moutin publishers .
- Baltz, E. (14 de Juny de 2013). *Creative Mornings*. Recuperat el 25 de Març de 2019, de Creative Mornings: <https://creativemornings.com/talks/emilie-baltz/2>
- Basque Culinary World Prize. (s.f.). *Basque Culinary World Prize*. Recuperat el 28 de Abril de 2019, de <https://www.basqueculinaryworldprize.com>
- Bottura, M. (2018). *El pan es oro*. London: Phaidon Press Limited.
- Brillat-Savarin, J. A. (2009). *The physiology of taste*. Recuperat el 12 d'Octubre de 2018, de <https://books.google.es/books?id=GYnZqBjBDHoC&lpg=PP1&hl=es&pg=PR4#v=onepage&q&f=false>
- Castro, P. D. (2015). *Comida. El desafío global*. Roma: Eumedia.
- Cousins, J. L. (2014). *Food and beverage service*. London: Hachette UK .
- DC central kitchen. (2017). *Informe Anual*. Recuperat el 5 de Juny de 2019, de <https://dcentralkitchen.org/wp-content/uploads/2019/04/FY18-Annual-Report-digitalPDF.pdf>
- Drawdown. (s.f.). *Drawdown*. Recuperat el 13 de Maig de 2019, de <https://www.drawdown.org>
- Enciclopèdia Catalana. (s.f.). *Enciclopèdia Catalana*. Recuperat el 8 de Abril de 2019, de Enciclopèdia Catalana: <https://www.enciclopedia.cat/search/site/gastronomia>
- Espigoladors. (s.f.). *Espigoladors*. Recuperat el 11 de Maig de 2019, de <http://www.espigoladors.cat>
- FAO. (s.f.). Recuperat el 12 de Gener de 2019, de <http://www.fao.org/save-food/resources/keyfindings/en/>
- FAO. (2005). *Nutrition Education in primary schools*. Rome.
- FAO. (2011). *Global food losses and food waste - Extent, causes and prevention*. Rome. Recuperado el Juliol de 2018, de <http://www.fao.org/3/a-i2697e.pdf>
- FAO. (2017). *The future of food and agriculture - Trends and challenges*. Rome.
- Food for Soul. (2017). *Informe Anual*. Recuperat el 4 de Juny de 2019, de <https://www.foodforsoul.it/wp-content/uploads/2018/03/Annual-Report-2017.pdf>
- Food For Soul. (s.f.). *Food For Soul*. Recuperat el Desembre de 2018, de <https://www.foodforsoul.it>

- Food Share. (2017). *Informe Anual*. Recuperat el 5 de Juny de 2019, de [https://foodshare.net/annual\\_report/2017-impact-report/](https://foodshare.net/annual_report/2017-impact-report/)
- Friends International. (2017). *Informe Anual*. Recuperat el 5 de Juny de 2019, de <https://friends-international.org/wp-content/uploads/2018/10/Friends-International-Annual-Report-2017.pdf>
- Frischmann, C. (2018). *MAD*. Recuperat el 30 de Maig de 2019, de <https://www.madfeed.co/video/how-to-reverse-climate-change-chad-frischmann/>
- Frischmann, C. (September de 2018). *TED talks*. Recuperat el 22 de Abril de 2019, de [https://www.ted.com/talks/chad\\_frischmann\\_100\\_solutions\\_to\\_climate\\_change](https://www.ted.com/talks/chad_frischmann_100_solutions_to_climate_change)
- Glasser, I. (1988). *More than bread: Ethnography of a soup kitchen*. Tuscaloosa: The University of Alabama Press.
- Gastromotiva. (2017). *Informe Anual*. Recuperat el 4 de Juny de 2019, de [http://gastromotiva.org/wp-content/uploads/2019/02/Relatorio-Anual\\_2016\\_2017\\_SITE-1.pdf](http://gastromotiva.org/wp-content/uploads/2019/02/Relatorio-Anual_2016_2017_SITE-1.pdf)
- Gastromotiva. (s.f.). *Gastromotiva*. Recuperat el Octubre de 2018, de <http://www.gastromotiva.org/en/>
- Google Maps. (s.f.). Recuperat el 5 de Juny de 2019, de <https://www.google.com/maps>
- Gryczka, N. (16 de Octubre de 2018). *World Economic Forum*. Recuperat el 5 de Juny de 2019, de <https://www.weforum.org/agenda/2018/10/this-movement-uses-food-to-fight-social-inequality/>
- Hindley, C. (2015). Sustainable food: whose responsibility is it anyway? En P. L. Sloan, *The routledge Handbook of Sustainable food and gastronomy* (págs. 29-33). New York: Routledge. Recuperat el 23 d'Octubre de 2018, de <https://www.routledgehandbooks.com/doi/10.4324/9780203795699.ch3>
- Instagram. (s.f.). *Instagram*. Recuperat el Novembre de 2018, de <https://www.instagram.com>
- Instituto ATA. (s.f.). Recuperat el 20 de Gener de 2019, de <http://www.institutoata.org.br/pt-br/pessoas.php>
- Maberly, C., & Reid, D. (2014). Gastronomy: An approach to study food. *Nutrition & food science*, 44(4), 272-278.
- MAD. (s.f.). *MAD*. Recuperat el 27 de Març de 2019, de <https://www.madfeed.co>
- Massanés, T. (17 de Gener de 2017). De qué hablamos cuando hablamos de gastronomía. (L. vanguardia, Entrevistador)
- Michelin Guide. (s.f.). Recuperat el 20 de Febrer de 2019, de <https://guide.michelin.com/en>
- Montanari, M. (2006). *La comida como cultura*. Gijon: Ediciones Trea.
- Ñam Innova. (s.f.). *Ñam Innova*. Recuperat el 30 de Gener de 2019, de <http://niam.cl/nam-innova/>
- Oliver, J. (February de 2010). *TED talks*. Recuperat el 18 de Abril de 2019, de TED talks: [https://www.ted.com/talks/jamie\\_oliver](https://www.ted.com/talks/jamie_oliver)

- ONU. (2015). *Sustainable Development Goals*. Recuperat el 23 de Gener de 2019, de United Nations Organisation: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda/>
- ONU. (s.f.). *Sustainable development goals*. Recuperat el 12 de Gener de 2019, de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>
- Oxfam Intermón. (2017). *Informe Anual*. Recuperat el 4 de Juny de 2019, de <https://www.oxfamintermon.org/sites/default/files/documentos/files/memoria-Oxfam-Intermon-2016-2017.pdf>
- Oxford Dictionaries. (s.f.). *Oxford Dictionaries*. Recuperat el 20 de Març de 2019, de Oxford Dictionaries: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/gastronomy>
- Oz Harvest. (2017). *Informe Anual*. Recuperat el 4 de Juny de 2019, de <https://www.ozharvest.org/wp-content/uploads/2014/04/OzHarvest-Annual-Report-2017.pdf>
- Oz Harvest. (s.f.). *Oz Harvest*. Recuperat el 21 de Gener de 2019, de <https://www.ozharvest.org>
- Parabere Forum. (s.f.). *Parabere Forum*. Recuperat el 19 de Març de 2019, de <http://parabereforum.com>
- Parfitt, J., Barthel, M., & Macnaughton, S. (16 de August de 2010). Food waste within food supply chains: quantification and potential for change to 2050. *Phil. Trans. R. Soc*, 365, 3065-3081.
- Petrini, C. (2007). *Bueno, limpio y justo*. Madrid: Ediciones Plifermo.
- Potts Dawson, A. (July de 2010). *TED talks*. Recuperat el 28 de Maig de 2019, de [https://www.ted.com/talks/arthur\\_potts\\_dawson\\_a\\_vision\\_for\\_sustainable\\_restaurants](https://www.ted.com/talks/arthur_potts_dawson_a_vision_for_sustainable_restaurants)
- Real Acadèmia Espanyola. (s.f.). *RAE*. Recuperat el 30 de Gener de 2019, de RAE: <https://dle.rae.es/?id=lzvHh>
- Refettorio Gastromotiva. (s.f.). *Refettorio Gastromotiva*. Recuperat el 19 de Gener de 2019, de <http://www.refettoriogastromotiva.org>
- Refugee's Kitchen. (s.f.). Recuperat el 21 de Febrer de 2019, de <http://refugeeskitchen.de>
- Rubbies in the Rubble. (s.f.). *Rubbies in the Rubble*. Recuperat el 20 de Gener de 2019, de <https://rubbiesintherubble.com>
- Schneider, S. (2008). Good, clean and fair: The rethoric of the Slow Food Movement. *College English*, 70(4), 384-402. Recuperat el 28 d'Octubre de 2018 de <https://www.jstor.org/stable/25472277>
- Sloan, P., Legrand, W., & Hindley, C. (2015). *The Routledge Handbook of Sustainable Food and Gastronomy*. Recuperat el 18 d'Octubre 2018, de <https://books.google.es/books?id=fTveCQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=The+Routledge+Handbook+of+Sustainable+Food+and+Gastronomy&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjUyrOiqe3fAhXD8eAKHRHRBu0Q6AEIKTAA#v=onepage&q&f=false>

- Slow Food. (s.f.). *Slow Food Movement*. Recuperat el 14 de Gener de 2019, de <https://www.slowfood.com>
- Social Gastronomy Movement. (s.f.). Recuperat el 20 de Novembre de 2018, de <https://www.socialgastronomy.org>
- The Clink Charity. (s.f.). Recuperat el 20 de Gener de 2019, de <https://thelinkcharity.org>
- The Clink Charity. (2017). *Informe Anual*. Recuperat el 5 de Juny de 2019, de <https://thelinkcharity.org/thelinkcharity/wp-content/uploads/2019/01/The-Clink-2017-2018-Yearbook.pdf>
- The edible balcony. (s.f.). Recuperat el 13 de Març de 2019, de <http://theediblebalcony.com.au>
- Thomson, B. (1798). *The Complete Works of Count Rumford*.
- WastEd. (s.f.). Recuperat el 15 de Gener de 2019, de <https://www.wastedlondon.com>
- Westhoek, H., Lesschen, J., Rood, T., Wagner, S., De Marco, A., Murphy-Bokern, D., & Onema, O. (2014). Food choices, health and environment: effects of cutting Europe's meat and dairy intake. *Global Environmental Change*, 26, 196-205.
- Wix. (s.f.). Obtingut de <https://es.wix.com>
- World Central Kitchen. (2017). *Informe Anual*. Recuperat el 5 de Juny de 2019, de [https://api.worldcentralkitchen.org/wp-content/uploads/2018/09/WCK\\_Annual\\_Report\\_2017.pdf](https://api.worldcentralkitchen.org/wp-content/uploads/2018/09/WCK_Annual_Report_2017.pdf)
- World Central Kitchen. (2017). *Informe Anual finances*. Recuperat el 5 de Juny de 2019, de <https://api.worldcentralkitchen.org/wp-content/uploads/2018/09/2017-990-PUBLIC.pdf.pdf>
- World's 50 Best Restaurants. (s.f.). *World's 50 Best Restaurants*. Recuperat el 20 de Gener de 2019, de <https://www.theworlds50best.com/list/1-50-winners#t11-20>

## 10. ÍNDEX DE TAULES

TAULA 1: METODOLOGIA PLANTEJADA. FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA.....	6
TAULA 2: OBJECTIUS GENERALS I ESPECÍFICS. FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA.....	29
TAULA 3: RELACIÓ PER GÈNERE DEL NOMBRE DE PROJECTES DELS INTEGRANTS DELS 50 BEST. ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR DE (WORLD'S 50 BEST RESTAURANTS, S.F.).....	39
TAULA 4: COMPARACIÓ DE DADES ECONÒMIQUES DEL 2017 ENTRE GASTRONOMIA SOCIAL I OXFAM INTERMÓN. ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR DE (GASTROMOTIVA, 2017; FOOD FOR SOUL, 2017; OZ HARVEST, 2017; THE CLINK CHARITY, 2017; FOOD SHARE, 2017; WORLD CENTRAL KITCHEN, 2017; FRIENDS INTERNATIONAL, 2017; DC CENTRAL KITCHEN, 2017; OXFAM INTERMÓN, 2017).	45
TAULA 5: COMPARACIÓ DE DADES D'IMPACTE SOCIAL DEL 2017 ENTRE GASTRONOMIA SOCIAL I OXFAM INTERMÓN. ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR DE (GASTROMOTIVA, 2017; FOOD FOR SOUL, 2017; OZ HARVEST, 2017; THE CLINK CHARITY, 2017; FOOD SHARE, 2017; WORLD CENTRAL KITCHEN, 2017; FRIENDS INTERNATIONAL, 2017; DC CENTRAL KITCHEN, 2017; OXFAM INTERMÓN, 2017).	45

## 11. ÍNDEX DE FIGURES

FIGURA 1: QUÈ ÉS MENJAR. ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR DE: (BALTZ, 2013) .....	8
FIGURA 2: QUÈ ÉS LA GASTRONOMIA. ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR DE: (BRILLAT-SAVARIN, 2009; PETRINI, 2007) .....	9
FIGURA 3: SECTORS DE LA INDÚSTRIA ALIMENTÀRIA. ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR DE: (COUSINS, 2014).....	11
FIGURA 4: 20 SOLUCIONS PER REVOCAR EL CANVI CLIMÀTIC. EN VERD, SOLUCIONS RELACIONADES AMB EL SECTOR ALIMENTARI. FONT: (FRISCHMANN, MAD, 2018).....	15
FIGURA 5: PERCENTATGES ANUALS DE PÈRDUES D'ALIMENTS A NIVELL MUNDIAL, DADES DE L'ANY 2012. FONT: (FAO, S.F.) .....	16
FIGURA 6: SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDG) APLICATS A LA GASTRONOMIA SOCIAL. ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR DE: (ONU, S.F.) .....	26
FIGURA 7: PUBLICACIONS A INSTAGRAM CLASSIFICADES PER ETIQUETES. FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR DE <a href="https://www.instagram.com">HTTPS://WWW.INSTAGRAM.COM</a> .....	33
FIGURA 8: PUBLICACIONS A INSTAGRAM SEGONS ETIQUETA, COMPARACIÓ. FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR DE <a href="https://www.instagram.com">HTTPS://WWW.INSTAGRAM.COM</a> .....	34
FIGURA 9: REPRESENTACIÓ DELS PROJECTES CLASSIFICATS PER ÀMBITS. ELABORACIÓ PRÒPIA .....	35
FIGURA 10: GÈNERE DELS/LES XEFS DEL NUCLI DUR D'ESTUDI. FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA .....	39
FIGURA 11: NOMBRE DE XEFS SEGONS QUANTITAT D'ESTRELLES MICHELIN. FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR DE (MICHELIN GUIDE, S.F.) .....	40
FIGURA 12: REPRESENTACIÓ DE PROJECTES DEL NUCLI DUR. FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA.....	40
FIGURA 13: CLASSIFICACIÓ DE PROJECTES SEGONS GÈNERE I RECONeixEMENTS. FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR DE (MICHELIN GUIDE, S.F.; WORLD'S 50 BEST RESTAURANTS, S.F.) .....	41
FIGURA 14: GÈNERE DELS LÍDERS DELS PROJECTES. FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA.....	42
FIGURA 15: ACTORS DEL MOVIMENT CLASSIFICATS SEGONS CRITERI PROPI. FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA. .....	42
FIGURA 16: ACTORS DEL MOVIMENT DE GASTRONOMIA SOCIAL. FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA .....	43
FIGURA 17: GRÀFIC REPRESENTANT L'ANY D'APARICIÓ DELS PROJECTES. ELABORACIÓ PRÒPIA .....	49
FIGURA 18: GRÀFIC REPRESENTAT LA QUANTITAT DE PROJECTES PER CONTINENT. ELABORACIÓ PRÒPIA. .....	50
FIGURA 19. MAPA MUNDI AMB DISTRIBUCIÓ DE PROJECTES. ELABORACIÓ PRÒPIA UTILITZANT L'EINA (GOOGLE MAPS, S.F.) .....	52

## **12. LLISTAT D'ANNEXES**

Annex 1: Document Excel amb l'anàlisi dels projectes, actors i impacte del moviment.

Annex 2: Fitxes descriptives

NAME OF THE PROJECT	FOUNDER	
GASTROMOTIVA	David Hertz	No Michelin Stars Not on the 50 best list
PROJECT STYLE	AREA OF APPLICATION	
Platform that includes several projects from different areas, distributed in various locations around the world.	<input type="checkbox"/> Nutrition Education <input type="checkbox"/> Food Waste <input type="checkbox"/> Sustainability <input type="checkbox"/> Collective nourishing <input type="checkbox"/> Vocational training <input type="checkbox"/> Social Inclusion	
WHAT IS IT? HISTORY	ACHIEVEMENTS / DATA	
Gastromotiva was created on 2006 in São Paulo by David Hertz, being a place where he could teach how to cook and the importance of food to the young and most disadvantaged people from the favelas in the city free of charge. Gastromotiva is one of the first Social Gastronomy movements created, using the power of food as a tool to change social and global problems such as hunger, food waste and lack of opportunities.	+95 Tonnes of rescued food +113.400 meals served +100.000 people receive nutritional education +5.000 graduated students and ready for the Hospitality Industry	
GOALS	SUB-PROJECTS	
Obtain a better and sustainable future for all, following ONU's selected Sustainable Development Goals: 1, 2, 3, 4, 8, 10, 11, 12, 17. The initial goal is to achieve a social transformation through gastronomy, generating opportunity, well-being and restoring dignity.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vocational Kitchen Training</li> <li>• Refettorio Gastromotiva</li> <li>• Gastronomy in Prisons</li> <li>• Super League</li> <li>• Food entrepreneurs classes</li> </ul>	
OBJECTIVES	STRUCTURE	GENDER
	Team very diverse, people from different nationalities and fields of studies. Structured in: Direction (Founder David Hertz and CEO Nicola Gryczka), communication team, Refettorio team, educational team, institutional team and Social Gastronomy Movement team (with Charlotte Schaus as coordinator of the movement).	Most of the team members are women, with important positions within the team.
WAYS THEY CHANGE SOCIETY	VISION	MISSION

<p>Engage with other programs to promote Social Gastronomy (visiting communities, attending Social Gastronomy events, support micro entrepreneurs). Educating young adults to respect food in all their forms and conditions, they become socially aware and consciously more tuned into personal hygiene, they also adopt good nutritional habits and a proper work attitude.</p>	<p>Make Social Gastronomy the rule in Food and Beverage industry.</p>	<p>Bring inclusion through Social Gastronomy</p>
<b>WORK BASES</b>	<b>SPONSORS</b>	<b>CONTACT</b>
	<p>Coca-Cola Brazil, Callebaut, Carrefour, Sodexo amongst others</p>	<p>Social media: Instagram, Facebook, Twitter and Youtube. Web page: <a href="http://gastromotiva.org">http://gastromotiva.org</a></p>
<b>WHERE IN THE WORLD</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brazil (various locations): Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro</li> <li>- Mexico</li> <li>- El Salvador</li> <li>- Ciutat del Cabo</li> </ul>		



NAME OF THE PROJECT	FOUNDER	
FOOD FOR SOUL	Massimo Bottura	*** 3 Michelin Stars Nr. 1 in 50 Best 2018
PROJECT STYLE	AREA OF APPLICATION	
Platform that includes several Refettorio projects and social tables around the world.	<input type="checkbox"/> Nutritional education <input type="checkbox"/> Vocational training <input type="checkbox"/> Food Waste <input type="checkbox"/> Sustainability <input type="checkbox"/> Collective nourishing	
WHAT IS IT? HISTORY	ACHIEVEMENTS / DATA	
Food for Soul was created in 2016 by the chef Massimo Bottura, with the goal of inspiring other organizations to create community kitchens around the world, inviting professionals from several fields to participate. Food for Soul's focus is mostly food waste.	+450.000 meals served +150.000 guests +830 volunteers +45 tonnes of rescued food +340 guest chefs	
GOALS	SUB-PROJECTS	
Fight against food waste Create awareness about social isolation Restore dignity Empower local communities	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Refettorio Gastromotiva</li> <li>• Refettorio Ambrosiano</li> <li>• Refettorio Felix</li> <li>• Refettorio Paris</li> <li>• Social tables Antoniano Onlus</li> <li>• Social tables Ghirlandina</li> </ul>	
OBJECTIVES	STRUCTURE	GENDER
Open a Refettorio in Paris and explore projects in Naples, Montreal, US and Burkina Faso. (Refettorio in Paris has been opened already, and expansion to the US is planned ahead).	Two founders (Massimo and his wife), and a corporative team: expansion officer, communication and networking, media and press, project manager, development and fundraising.	Mostly women in the team.
AREAS OF CHANGE	VISION	MISSION
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Awareness about food surplus: training courses, workshops and tasting events using food surplus in the learning centre.</li> <li>• Engagement of gastronomy and hospitality sectors: chefs, trainees and students prepare meals using food surplus.</li> <li>• Engagement with design sector: Various artists contributed on the design of the places</li> </ul>		Empower communities to fight food waste through social inclusion.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Education about nutrition values: Workshops in the learning centre and schools. Promote healthier habits and nutritional consciousness.</li> <li>• Training for employment: Vocational training for the hospitality market (Gastromotiva methodology).</li> </ul>		
WORK BASES	SPONSORS	CONTACT
		Web page: <a href="https://www.foodforsoul.it">https://www.foodforsoul.it</a>
WHERE IN THE WORLD		Social Media: Instagram, Facebook, Twitter and YouTube
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brazil (Rio de Janeiro)</li> <li>• Italy (Milan)</li> <li>• Great Britain (London)</li> <li>• France (Paris)</li> </ul>		

NAME OF THE PROJECT	FOUNDER	
REFETTORIO GASTRMOTIVA	David Hertz and Massimo Bottura	Gastromotiva and Food for Soul
PROJECT STYLE	AREA OF APPLICATION	
Refettorio is a community-school restaurant. Project within the platforms of Gastromotiva and Food for Soul.	<input type="checkbox"/> Vocational training <input type="checkbox"/> Food waste <input type="checkbox"/> Sustainability <input type="checkbox"/> Collective nourishment	
WHAT IS IT? HISTORY	ACHIEVEMENTS / DATA	
<p>Refettorio Gastromotiva started in 2016 in occasion of the Olympic Games in Rio de Janeiro, Brazil. The project involved chefs and volunteers to prepare healthy and delicious meals to those in a socially vulnerable situation, using surplus food from the Games to avoid food waste and give consciousness about it. This Refettorio is a dining hall where people from the district and socially vulnerable population may dine for free.</p> <p>The main core of this project is education, it's the key to change and for social development in the neighbourhood and for the people who experience Refettorio, not only through eating, but rather through exchanging, learning and communicating.</p>		
GOALS	SUB-PROJECTS	
Fight food waste (cook meals with rescued food and surplus food). Train young chefs (promote professional education). Provide food education (nutrition education). Fight hunger (offer meals with dignity to those in need)		
OBJECTIVES	STRUCTURE	GENDER
WAYS THEY CHANGE SOCIETY	VISION	MISSION
Give an opportunity to those who experience a social exclusion to be part of a community, engage with people and restore their dignity as a person. Educate the students about food waste, using surplus food to cook the meals, and gain consciousness about nutrition education and encourage sustainable habits and customs.		
WHERE IN THE WORLD	CONTACT	
Rio de Janeiro, Brazil	<a href="http://gastromotiva-site.azurewebsites.net/projetos/refettorio-gastromotiva/">http://gastromotiva-site.azurewebsites.net/projetos/refettorio-gastromotiva/</a>	

NAME OF THE PROJECT	FOUNDER	
WASTED	Dan Barber	Nr. 12 in 50 best 2018 * 1 Michelin star
PROJECT STYLE	FIELD OF THE PROJECT	
Pop-up restaurant	<input type="checkbox"/> Food Waste <input type="checkbox"/> Sustainability	
WHAT IS IT? HISTORY	ACHIEVEMENTS / DATA	
WastED was a pop-up restaurant that opened for three weeks in May 2015 in New York City, and three weeks in April 2017 in London, to the theme of food waste and re-use. A menu was created for this occasion, using overlooked by-products of the food system and ingredients drawn from producers, fishermen, distributors, restaurants and retailers. WastED invited some guest chefs to help cook the specials for the restaurant, creating a community with designers, producers and distributors, all working together to comprehend the food waste that happens during the food chain.	10.000 dishes served using: · 272 Kg rescued ugly veggies · 68 Kg rescued kale ribs · 113,5 L beef tallow · 158 Kg rescued veggie pulp · 215,5 Kg skate fish cartilage · 408 Kg waste-fed pig meat	
GOALS	SUB-PROJECTS	
Create something delicious using ignored but yet inspiring new applications in the food system.		
OBJECTIVES	STRUCTURE	GENDER
Create consciousness about the amount of food that is thrown away or never gets to the supermarket because of the physical characteristics they present or are out of date, but still are consumable. Cook those ingredients and scrapings to show they still can be used to create delicious meals.		
WAYS THEY CHANGE SOCIETY	VISION	MISSION
Customers were eating dishes with surplus and rescued food, that otherwise would have been thrown away. They gained consciousness about the amount of food that is thrown away and can be used to make delicious dishes.		
WHERE IN THE WORLD	CONTACT	
London (UK) New York City (USA)	Web page: <a href="https://www.wastedlondon.com">https://www.wastedlondon.com</a>	

NAME OF THE PROJECT		FOUNDER	
ISABELO (FEEDING HUNGRY MINDS)		Margot Janse	Haute cuisine chef
PROJECT STYLE		AREA OF APPLICATION	
Charity that works with several schools in Franschhoek, South Africa.		<input type="checkbox"/> Nutritional Education <input type="checkbox"/> Improvement of school meals	
WHAT IS IT? HISTORY		ACHIEVEMENTS / DATA	
Isabelo started in 2009, due to the need to feed children from schools in Franschhoek, South Africa. Chef Margot Janse came up with a very nutritious Muffin recipe and fed it to the children. Ever since, the charity has grown non-stop and keeps feeding warm meals every day to more than 1.500 children in the Franschhoek Valley.		<ul style="list-style-type: none"> <li>· Provided 40.600 warm lunches</li> <li>· Provided 296.380 healthy breakfasts</li> <li>· Provided 336.980 nutritious meals to Franschhoek Valley children</li> <li>· Spent around 5.000€/month on meals</li> </ul>	
GOALS		SUB-PROJECTS	
Improve the health state and nutrition of these kids in South Africa, by providing meals. Provide nutrition education in schools.		<ul style="list-style-type: none"> <li>· <b>Little Dolphins Creche:</b> 40 Pre-school children receive nutritious breakfast and warm protein-based lunch every school day.</li> <li>· <b>Liwalethu Educare Centre:</b> 30 Pre-school children receive a nutritious breakfast and a warm protein-based lunch every school day.</li> <li>· <b>Kusasa Early Learning Centre:</b> 130 Pre-school and Junior-prep children receive a nutritious breakfast and a warm protein-based lunch every school day.</li> <li>· <b>Dalubuhle Primary School:</b> 800 children receive a warm nutritious breakfast (porridge, milk and fruit) every school day and a boiled egg 3 times a week.</li> <li>· <b>Wes-Eind Primary School:</b> 500 children receive a warm nutritious breakfast (porridge, milk and fruit) every school day and a boiled egg 3 times a week.</li> <li>· <b>Breakfast team:</b> Isabelo pays 5 women who cook breakfast at Dalubuhle and Wes-eind primary schools.</li> </ul>	
OBJECTIVES		STRUCTURE	GENDER
AREAS OF CHANGE		VISION	MISSION
Feeding nutritious warm meals and breakfasts to children in South Africa, because no kid can learn on an empty stomach.			
WORK BASES	SPONSORS	CONTACT	
		Website:	
WHERE IN THE WORLD		<a href="https://isabelocharity.wixsite.com/website">https://isabelocharity.wixsite.com/website</a>	
Franschhoek, South Africa.			

NAME OF THE PROJECT	FOUNDER	
RUBIES IN THE RUBBLE	Jenny Costa	
PROJECT STYLE	AREA OF APPLICATION	
	<input type="checkbox"/> Food Waste <input type="checkbox"/> Sustainability	
WHAT IS IT? HISTORY	ACHIEVEMENTS / DATA	
Rubies in the rubble rescue surplus products such as veggies and fruits from markets across London for the simple fact that they don't look right. They produce great jams and relishes with the surplus ingredients that would otherwise go to waste.	6,8 million pieces of fruits and veggies saved from going to landfill 264 tonnes of Co2e saved	
GOALS	SUB-PROJECTS	
Raise awareness of the food that is being wasted in the UK, making something delicious with it as jams are.		
OBJECTIVES	STRUCTURE	GENDER
WAYS THEY CHANGE SOCIETY	VISION	MISSION
Feed them Jams and compotes made out of food that would otherwise gone to waste, to gain consciousness about consumption of food and food choices that are taken daily.		Fight food waste by making the best condiments with the rescued food.
	CONTACT	
WHERE IN THE WORLD	Website: <a href="https://rubiesintherubble.com">https://rubiesintherubble.com</a> Instagram	
UK		

NAME OF THE PROJECT		FOUNDER	
THE CLINK		Alberto Crisci	Haute cuisine chef
PROJECT STYLE		AREA OF APPLICATION	
Charity, Restaurants where the meals are cooked and served by prisoners in training.		<input type="checkbox"/> Sustainability <input type="checkbox"/> Nutritional Education <input type="checkbox"/> Vocational training <input type="checkbox"/> Social inclusion	
WHAT IS IT? HISTORY		ACHIEVEMENTS / DATA	
		800 prisoners graduated 100.000 customers served \$1M raised for new projects 49% reduction of reoffending	
GOALS		SUB-PROJECTS	
Reduce reoffending rates through the training and rehabilitation of prisoners. They train prisoners and place the graduates into employment in the hospitality and horticulture industries upon release.		<b>Restaurants:</b> · Brixton · Cardiff · High Down · Styal · Manchester <b>Gardens:</b> · High Down · Send <b>Kitchens:</b> · Bristol · Styal · Risley	
OBJECTIVES		STRUCTURE	GENDER
AREAS OF CHANGE		VISION	MISSION
Reduce reoffending rates, giving ex-offendants a second chance and an opportunity to be part of the gastronomy market.			Train and connect vulnerable individuals to access opportunities in the hospitality industry, empowering them to grow professionally.
WORK BASES	SPONSORS	CONTACT	
5 step program: Recruit – train – support – employ – mentor		Website: <a href="https://thelinkcharity.org">https://thelinkcharity.org</a>	
WHERE IN THE WORLD			
Various locations in the UK			

NAME OF THE PROJECT		FOUNDER	
OZ HARVEST		Ronnie Kahn	Social entrepreneur
PROJECT STYLE		AREA OF APPLICATION	
Food rescue organisation		<input type="checkbox"/> Nutritional education <input type="checkbox"/> Food Waste <input type="checkbox"/> Sustainability <input type="checkbox"/> Collective nourishing	
WHAT IS IT? HISTORY		ACHIEVEMENTS / HISTORIC	
<p>This Australian organisation was founded by Ronnie Kahn in 2004, after seeing the amount of food wasted and thrown away in the hospitality industry.</p> <p>OzHarvest collects excess quality food from commerce and local businesses and distributes it to charities supporting people in need.</p>			
GOALS		SUB-PROJECTS	
<p>Nourish the people in need using rescued surplus food, educate about healthy eating and nutrition, as well as prevent food waste and accomplish sustainability. Engage with the community and help deliver the importance of improving the environment by reducing food waste and eliminate hunger at the same time. Let people be aware of the situation by getting involved in the project.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>· FEAST</li> <li>· NEST</li> <li>· NOURISH</li> <li>· Food rescue</li> <li>· OZHarvest market</li> <li>· OZHarvest food truck</li> <li>· Cooking for a cause</li> </ul>	
OBJECTIVES		STRUCTURE	GENDER
AREAS OF CHANGE		VISION	MISSION
<p>Changes in society providing high quality and nutritious food to agencies unavailable before. Charities get to save funds due to receiving rescued food, so grocery bills can be redirected to other needs such as rehabilitation and education.</p> <p>Help protect the planet by reducing food waste, thus reducing the environmental impact by ensuring food gets eaten rather than ending up in a landfill.</p> <p>Food donors save storage costs and space, reduce costs for excess food disposal by donating the food they don't want.</p> <p>It all has a positive impact on the local community and society.</p>		Build a world with zero food waste, zero hunger and lead a sustainable life.	
WORK BASES		SPONSORS	
Rescue Educate Engage Innovate		Supported by BP and Woolworths	
		CONTACT	
		Website: <a href="https://www.ozharvest.org">https://www.ozharvest.org</a>	



WHERE IN THE WORLD	COMMENTS		
Australia UK New Zealand South Africa			
	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="798 371 1401 407">ANALYSIS DATA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="798 407 1401 589">           100 million meals delivered            1000 charities            35.000 tonnes of food rescued            +3000 food donors         </td> </tr> </tbody> </table>	ANALYSIS DATA	100 million meals delivered 1000 charities 35.000 tonnes of food rescued +3000 food donors
ANALYSIS DATA			
100 million meals delivered 1000 charities 35.000 tonnes of food rescued +3000 food donors			

NAME OF THE PROJECT		FOUNDER	
World Central Kitchen		José Andrés	Time 100 (2012,2018) ** 2 Michelin stars
PROJECT STYLE		AREA OF APPLICATION	
Platform that works around the world		<input type="checkbox"/> Nutritional education <input type="checkbox"/> Emergency Kitchens <input type="checkbox"/> Vocational training <input type="checkbox"/> Social inclusion	
WHAT IS IT? HISTORY		ACHIEVEMENTS / DATA	
		Reducció d'intoxicació alimentària per 60.000 alumnes 100 escoles amb nous fogons Educar més de 700 cuiners en sanitat i manipulació d'aliments 121 escoles renovades i construïdes 35.000 estudiants alimentats 3.6 milions d'àpats servits a Puerto Rico 20.000 voluntaris a Puerto Rico 10.000 àpats servits a Houston 50.000 d'àpats servits a California 3.000 víctimes per inundació alimentades 10 milions d'àpats servits en escoles	
GOALS		SUB-PROJECTS	
OBJECTIVES		STRUCTURE	GENDER
AREAS OF CHANGE		VISION	MISSION
WORK BASES	SPONSORS	CONTACT	
WHERE IN THE WORLD			
Haití Brasil Cambodia República Dominicana Nicaragua Perú Zambia			

NAME OF THE PROJECT	FOUNDER	
Tableé des Chefs	Jean-Francois Archambault	
PROJECT STYLE	AREA OF APPLICATION	
Platform that works in three different countries applying the same programs in education and in regards to food.	<input type="checkbox"/> Education <input type="checkbox"/> Food Waste <input type="checkbox"/> Sustainability <input type="checkbox"/> Nutrition <input type="checkbox"/> Green Revolution <input type="checkbox"/> Social Kitchens/Social Tables	
WHAT IS IT? HISTORY	ACHIEVEMENTS / HISTORIC	
Created in 2002 in Canada, now expanded in France and Mexico, this organisation aims to create connections between chefs and society. Food is seen as a weapon of change.		
GOALS	SUB-PROJECTS	
	<p>FOOD RELATED</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Week of the Gastronomy schools (where students from several schools and universities cook meals for social institutions using food donated from food banks or other institutions).</li> <li>· Food recue program: its objective is to rescue products that are still suitable for human consumption and distribute them to social institutions through food banks.</li> </ul> <p>EDUCATION RELATED</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Culinary educational workshops, which aims to offer education to young people with low income and in a vulnerable situation. They learn the importance of eating healthy and how to cook nutritional meals.</li> <li>· Awareness workshops: Workshops to combat food waste, contributing to team work and understanding the importance of this issue. They can choose whether to cook and consume the dishes made with the rescued food, or process and donate those products to social institutions.</li> </ul>	
OBJECTIVES	STRUCTURE	GENDER
AREAS OF CHANGE	VISION	MISSION
Education of younger generations and incentive change through food.	Educating future generations, they can share the bases of a healthy diet as well as develop food self-reliance.	Feed the families in need as well as educate future generations to develop a food self-reliance.

WORK BASES	SPONSORS	CONTACT
WHERE IN THE WORLD		COMMENTS
France Canada Mexico		
		ANALYSIS DATA
		37415 portions distributed to people in need 27937 portions elaborated, 8 schools participated and 800 students graduated

NAME OF THE PROJECT		FOUNDER	
Über den Tellerand		Hameed Khasawnih	
PROJECT STYLE		AREA OF APPLICATION	
		<input type="checkbox"/> Collective nourishment <input type="checkbox"/> Social inclusion <input type="checkbox"/> Vocational training	
WHAT IS IT? HISTORY		ACHIEVEMENTS / HISTORIC	
GOALS		SUB-PROJECTS	
		Kitchen on the run jobBuddies Inselgarten 50 plates of... Womn cooking Building bridges	
OBJECTIVES		STRUCTURE	GENDER
AREAS OF CHANGE		VISION	MISSION
WORK BASES	SPONSORS	CONTACT	
WHERE IN THE WORLD		COMMENTS	
Germany			
		ANALYSIS DATA	
		280 workshops 48 initercultural cooking clases 950 volunteers 15 establishments participated 2000 people learn sirian food 100 participants in JobBuddies 31 cities involved 2.000 people of 50 countries créate 62 cooking workshops and 200 recipes are made	

### Annex 3. Webgrafia recercada

S'adjunta a continuació tota la webgrafia que s'ha recercat en el procés de investigació d'aquest projecte. La primera part fa referència a totes les pàgines web dels projectes que s'han trobat i analitzat, i en segon lloc hi ha articles i notícies que s'han anat trobant al llarg del projecte.

#### **Projectes**

<https://www.menjadorsecologics.cat/?lang=ca>

<https://www.oxfamintermon.org>

<http://www.espigoladors.cat>

<https://www.drawdown.org>

<https://amassrestaurant.com>

<http://www.tableedeschefs.org.mx>

<http://theoranafoundation.org>

<https://worldcentralkitchen.org>

<https://campuskitchens.org>

<https://dcentralkitchen.org>

<http://www.tree-alliance.org/index.php>

<https://sustainablefoodtrust.org>

<http://www.sustainablefoodalliance.org>

<http://www.realjunkfoodbrighton.co.uk>

<https://www.citymeals.org/news-more/in-the-kitchen/chefs-deliver>

<https://www.sustainablefoodacademy.com>

<http://funleo.org>

<http://theediblebalcony.com.au>

<https://www.madfeed.co>

<https://hahnemannskoekken.dk/canteens/>

<https://www.larevolucion.org/#home-section>

<https://foodshare.net>

<https://edibleschoolyard.org>

<http://kakaovenezuela.com>

<http://refugeeskitchen.de>

<https://www.cuisinesansfrontieres.ch/en/>

<http://www.joseandres.com>

<http://www.thebazaar.com.np>

<http://niam.cl/nam-innova/>

<http://www.socialfoodproject.com>

<https://friends-international.org>

<http://botildenborg.se/in-english/>

<https://appetiteforchangemn.org>

<http://gastromotiva.org/en/>

<https://www.foodforsoul.it>

<https://rubiesintherubble.com>

<http://insurgoproject.com>

<https://ueberdentellerrand.org/about>

<https://www.slowfood.com>  
<https://www.chefsbrigaid.com>  
<http://www.refettoriogastromotiva.org>  
<http://www.institutoata.org.br/en/#>  
<https://www.wastedlondon.com>  
<https://theclinkcharity.org>  
<https://www.ozharvest.org>  
<https://www.socialgastronomy.org>  
<https://sustainabletable.org.au>  
<http://thepigidea.org/the-solution.html>  
<http://www.conflictcuisine.com>  
<https://www.isabelocharity.com>  
<https://na-minha-casa-chef-jd.webnode.com/diamantes-na-cozinha/>  
<https://www.ioshnamaharaj.com/take-back-the-tray>  
<http://www.materiniciativa.com/#section1>  
<https://scarfcommunity.org>  
<https://www.borago.cl>  
<https://hotbreadkitchen.org>  
<https://thegivingkitchen.org>

## **Articles**

[https://www.lavanguardia.com/comer/tendencias/20180116/4436165533/mujeres-negocios-gastronomia.html?utm\\_campaign=botones\\_sociales&utm\\_source=twitter&utm\\_medium=social](https://www.lavanguardia.com/comer/tendencias/20180116/4436165533/mujeres-negocios-gastronomia.html?utm_campaign=botones_sociales&utm_source=twitter&utm_medium=social)  
<https://www.lavanguardia.com/ocio/20190204/46200699625/alberto-crisci-el-chef-que-triunfa-con-sus-restaurantes-en-carceles.html>  
<https://medium.com/purposeemagazine/q-a-jenny-costa-rubies-in-the-rubble-a859492dac37>  
<https://guide.michelin.com/en/article/people/chefs-global-impact-philanthropy>  
<http://openjournal.com.au/generation-im-going-to-change-the-world/>  
<http://culinaryinteraction.com/en/interviews/virgilio-martinez-allowing-so-much-waste-is-a-lack-of-respect/>  
<https://eacnur.org/es/actualidad/noticias/eventos/basque-culinary-world-prize-mejorando-el-mundo-traves-de-la-gastronomia>  
<http://culinaryinteraction.com/es/noticias/mujeres-que-transforman-turquia-a-traves-de-la-gastronomia/>  
<http://culinaryinteraction.com/es/entrevistas/francisco-abenante-en-venezuela-lo-trascendental-no-es-aliviar-el-hambre-sino-cambiar-realidades/>  
<http://parabereforum.com>  
<https://theamaranta.com/energia/alimentando-y-nutriendo-a-venezuela/>  
<https://www.un.org/zero hunger/>  
<https://inkstickmedia.com/is-the-kitchen-the-new-venue-of-foreign-policy/>  
[https://www.ted.com/talks/chad\\_frischmann\\_100\\_solutions\\_to\\_climate\\_change/up-next](https://www.ted.com/talks/chad_frischmann_100_solutions_to_climate_change/up-next)

<https://www.52-insights.com/interview-gaston-acurio-we-can-use-our-cuisine-as-a-weapon-of-change-peru-food-chef/>

<https://www.weforum.org/agenda/2018/10/this-movement-uses-food-to-fight-social-inequality/>

<https://www.sbs.com.au/food/article/2018/04/17/meet-5-chefs-leading-social-gastronomy-revolution-latin-america>

<https://blog.oxfamintermon.org/lo-que-hay-detras-de-un-comedor-social/>

<http://archivo-es.greenpeace.org/espana/es/Trabajamos-en/Transgenicos/Soluciones-y-demandas/Agricultura-ecologica/>

<https://www.theguardian.com/education/2010/mar/29/jamie-oliver-school-dinners-meals>

<https://thebreakthrough.org/articles/the-future-of-food>

<https://solve.mit.edu/challenges/sustainable-urban-communities/solutions/82>

[https://www.lcsd.gov.hk/CE/Museum/APO/en\\_US/web/apo/oyip\\_xchange\\_social\\_gastronomy.html](https://www.lcsd.gov.hk/CE/Museum/APO/en_US/web/apo/oyip_xchange_social_gastronomy.html)

<http://honestcooking.com/behind-the-knives-masters-of-social-gastronomy/>

<https://www.diaridegirona.cat/girona/2016/06/13/germans-roca-creen-fundacio-canalitzar/788425.html>

<http://guayovoenletras.net/2016/08/14/barriga-llena-corazon-contento-la-fundacion-alimenta-ayudar/>

<https://www.animalgourmet.com/2013/05/23/la-gastronomia-como-un-arma-social/>

[https://elpais.com/elpais/2017/05/10/estilo/1494434606\\_106788.html](https://elpais.com/elpais/2017/05/10/estilo/1494434606_106788.html)

<https://ideas.ted.com/how-food-yes-food-can-be-a-tool-for-social-change/>

<https://cosas.pe/personalidades/128229/la-revolucion-karissa-becerra/>

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A7-2011-0430+0+DOC+XML+V0//ES#title2>

<https://blog.winnowsolutions.com/massimo-bottura-brings-community-kitchen-to-create-meals-from-surplus-food-to-london>

<https://www.youtube.com/watch?v=ZiUW59ZTeg8>

<https://www.queremoscomer.rest/editorial/sobremesa/que-es-la-gastronomia-social-y-por-que-debe-importarnos/>

<https://listindiario.com/la-vida/2017/09/01/480644/innovacion-y-gastronomia-social>

<https://agrotravelturismoresponsable.wordpress.com/2014/10/28/la-gastronomia-sostenible/>

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>

<http://www.slowfoodyouthnetwork.org/blog/slow-food-for-social-gastronomic-movement-opportunities/#.XPrijdS1L1QJ>

<https://edition.cnn.com/travel/article/culinary-journeys-rene-redzepi-profile/index.html>

<https://news.nationalgeographic.com/2017/10/sponsor-content-food-for-change/>

<http://gastroculturamediterranea.com/en/servicios/gastronomic-sustainability/>

<https://www.finedininglovers.com/stories/social-gastronomy-movement/>

<https://www.ice.edu/blog/my-culinary-voice-chef-alex-atala>

<https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld>

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/hunger/>

[http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk\\_news/education/8593443.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/education/8593443.stm)

<https://www.theguardian.com/business/2013/oct/21/uk-supermarkets-pressure-cut-food-waste>

<https://www.theguardian.com/money/2006/jul/02/observercashsection.theobserver2>

<https://www.latercera.com/tendencias/noticia/david-honer-los-cocineros-tenemos-poder-debemos-usarlo/591797/>

<https://www.upworthy.com/this-world-renowned-chef-saved-his-towns-economy-with-cheese-and-rice>