

## **A compra semanal: Do supermercado a unha cooperativa de consumo**

Nesta entrada, facemos unha entrevista a Marcial Blanco, responsable da cooperativa de consumo Zocamiñoa (<http://www.zocaminhoca.org>), na cidade de A Coruña, para saber quen son, por que xurdiron e para que.

P: Que é Zocamiñoa, que facedes aquí neste local?

R: Zocamiñoa é un grupo de consumo responsable consciente, un grupo de persoas que vivimos en familia, compañeiras de piso o a quen tiñamos na nosa casa, e que nos xuntamos para poder consumir directamente os produtos que nós queremos; os que cumpren os criterios de consumo responsable consciente: que non degraden o medio ambiente, ecolóxicos; pero non só con etiquetado ecolóxico senón todo o ecolóxico que nós consideramos que deben de ser; que veñan co menor número de envases posibles, que veñan de cerca e non de lonxe, etc. Pero ademais que cumpran outros criterios: que se respeten os criterios mínimos das traballadoras que interveñen en todo o proceso, tanto de produción ata que chegue aquí o produto, e que se respete tamén as propias consumidoras que somos nós; así non nos interesan as empresas que defenden un consumismo de tipo ecolóxico ou enganar ao consumidor na publicidade. Cada produto que está aquí vén detrás cunha serie de características: por exemplo, unha mermelada vén co custo do seu envase, da froita con que se fai, das persoas que interveñen, como está tratada, se forma parte dunha cooperativa; etc. Nós intentamos que cada produto noso cumpra estas características comentadas.

Algunas das persoas que creamos Zocamiñoa eramos dos típicos *friquis* de supermercado, sempre mirando as etiquetas dos produtos para saber de onde viñan, etc. E, claro, a nivel individual é un traballo enorme, porque ademais os produtos das tendas van variando e tes que ir de tenda en tenda para buscalos. A lóxica é cooperativizar ese traballo e que as distintas persoas investiguen sobre as mermeladas, outras sobre os arroces, etc. Así xurdiu a idea de crear un grupo de consumo, a imitación de outros que xa existían noutras zonas de Galicia, de España e do mundo. Legalmente, a nosa proposta derivou nunha cooperativa cun local propio, que da servizo a persoas socias, cunha persoa traballando unhas horas; abrimos dous días á semán, vendendo o fresco un día, baixo pedido (por internet) aos produtores, para garantir que vén da horta ese mesmo día ou a noite anterior.

P: Cal é a relación deste modelo de consumo co concepto de *soberanía alimentaria*?

R: Unha base moi forte de Zocamiñoa é o produto fresco e local; nós apostamos polo produto próximo e local, aparte do produto ecolóxico. Nós traballamos coas agricultoras do local para reforzalas, non só para consumir o seu produto, asegurándolles que teñen vendida unha parte da súa produción a Zocamiñoa, o que lles permite sacar adiante o seu proxecto.

P: Eses produtores xa estaban ou xurdiron a partir da vosa experiencia?

R: Algúns xa estaban, outros xurdiron á vez que nós e ao principio vendíannos exclusivamente a nós e logo foron ampliando á súa oferta; e outros xurdiron despois que nós, pero apoiáronse en Zocamiñoa para voltar ao campo, algúns aproveitando terras da familia, do seu entorno, etc. O noso proxecto está moi baseado no local, nós cremos

que Galicia ten un agro moi rico, que pode producir todo o que precisamos, e nós traballamos para que iso pase. E logo tamén algún produto de fora, por exemplo, algún produto de comercio xusto, de países máis lonxanos, sempre procuramos que veña co criterio de comercio xusto, e que dalgún modo se pagou un precio xusto as produtoras; e facémolo tamén con empresas ou grupos que traballan neses países, non só en produtos para a exportación, senón reforzando o sistema produtivo de alí e garantindo a soberanía alimentaria ou autoconsumo de produtos daqueles pobos.

P: Entón a soberanía alimentaria e algo tan sinxelo como o reforzo do local?

R: Sí, o reforzo do local cun sentido: é protexer a alimentación básica que necesita esa poboación e que non dependa de factores externos, como da especulación nos produtos alimentarios.

P: Cal é a vosa relación cos agricultores tradicionais, coñecen as vosas ideas?

R: Nós temos moita relación coas agricultoras que producen para Zocamiñoa, logo con outro tipo de produtoras temos algo de relación, en particular coas de produción ecolóxica porque coincidimos en xornadas, encontros, etc. En canto á produción, si que é moito menor da que debería haber en Galicia, e ademáis moito menor do que é o consumo fresco que hai aquí; nós cremos que é un problema de sistema económico e de distribución. A maioría dos supermercados e tamén das tendas pequenas apostan pola distribución das grandes distribuidoras, que ofrecen prezos moi baixos, pero onde a calidade do produto é moi baixa. A xente está culturizada nese sistema de baixa calidade.

P: Esa relación coa produción local, cando se perdeu en Galicia?

R: Foi un proceso progresivo, primeiro perdeuse nas cidades, e sobre todo perdeuse nas xeracións máis xoves. Tamén estas xeracións máis xoves xa non mercan tanto produto fresco; igualmente, nos acostumbraron a comprar os mesmos produtos todo o ano, fóra da tempada. Por exemplo, as cabaciñas en Galicia só se producen nos meses de verán, e o resto non é posible, e como consumidores querémolas todo o ano, veñen do sur e incluso da exportación; e, se te acostumabas a estas, logo xa non buscas as locais. Incluso isto está pasando no agro, onde a xente tiña unha relación máis directa coa produción, pero acabou perdéndose incluso en favor de grandes superficies no mesmo rural. Hoxe podemos ter un Gadis ou un Carrefour no mundo rural e ao lado un campo de mazás abandonado ou un produtor que non pode vender nada no seu contorno.

P: É que a xente do agro tamén quedou impresionada polo aparencia destes supermercados: o brillo dos produtos, a súa variedade, un símbolo do progreso. Parece que nos gañaron co seu marketing...

R: Si, si, todo iso está estudado. Son modelos que intentan vender a idea do produto que non é real, e que se basea en bombardearnos continuamente con publicidade, imaxe, etc. Incluso con publicidade para que os nosos hábitos cada vez se adapten menos aos ritmos naturais da terra e máis as necesidades que teñen eles. Así temos produtos que non saben a nada, pero cun aspecto moi bo.

P: Como podemos cambiar eses hábitos? Sobre todo no caso da xente moza, que non saben mercar nas tendas pequenas. Aquí en Zocamiñooca tedes xuventude?

R: Si, máis abaixo da idade universitaria; os máis novos veñen cos seus pais ou nais. A partir da vida universitaria, xa empeza a vir alguna persoa, aínda que non moita. Os grupos de consumo é polo que apostamos; pero ten que haber outros modelos mixtos de pequenas tendas que teñan unha parte de ecolóxico, outra parte de non ecolóxico, unha parte de local e outra de máis lonxe, pero estas tendas teñen que apostar por ofrecer un produto diferente ao da gran distribución. En Coruña, as pequenas tendas teñen o vicio de acudir ao mercado central de froita e verdura, onde hai catro ou cinco megadistribuidoras a nivel estatal, que moven toneladas e toneladas de produtos. Ao final, os produtos destas tendas son os mesmos que os dos supermercados, pero cun peor horario, un pouco máis caro... Polo tanto, é importante ofrecer un produto diferente, e tamén facer un esforzo de comunicación de cales son eses produtos locais que se ofrecen, con información detallada dos seus produtores, do seu valor engadido, etc.

P: Hai agora, na cidade, tendas pequenas de venda ecolóxica que teñen dificultades para sobrevivir porque non é fácil cambiar os hábitos da cidadanía. Que se podería facer?

R: Aquí hai tamén un certo problema das pequenas tendas e tamén pasa coas agricultoras. O mercado que compra nesas tendas é moi pequeno hoxe en día, pero o mercado da xente que precisamos mercar alimento fresco é enorme; a capacidade de crecer é moi grande. Entón cal é a filosofía da supervivencia? Non poden competir entre elas, a clave está en quitarlle clientes á gran superficie. Se dalgún modo colaboramos, promocionámonos unhas ás outras, deixamos de competir por unha miga do pastel e vamos a polo pastel enteiro. Iso pódese conseguir de moitos modos, pero colaborando é moito máis doado, con estratexias de visibilización conxuntas, con campañas de publicidade incluso diante das portas dos supermercados que temos cerca; iso non se fai pero se podería facer. Podes compartir produtos, agrupar os pedidos do fresco en dous días, como en Zocamiñooca, para que non se perda o produto, mercar conxuntamente ou compartir o transporte.

P: Outro aspecto importante no caso dos produtos ecolóxicos é a percepción da xente de que son produtos caros. Pode ser unha percepción real ou imaxinaria, pero está na xente a idea de que son caros, son paras as elites e non para a xente traballadora. Pero antes, os produtos locais eran os únicos que tiñamos nas aldeas, e non eran caros, era o único que había.

R: O produto ecolóxico é lixeiramente máis caro que o produto convencional porque os seus ritmos de produción son outros, e a intensidade de traballo é outra. A vantaxe é que són produtos que teñen vitaminas, sabor, sacian máis que os convencionais, non precisan condimentos.

Aínda que sexan máis caros, son perfectamente asumibles por calquera, sobre todo se a nosa alimentación se basea na verdura, nos cereais, nos legumes, etc. Por exemplo, se aquí unha leituga vale 92 céntimos (fronte ao do súper de 50 céntimos), pero pode darche para dous comidas ou para un primeiro plato dunha familia de seis persoas. Pódese este precio asumir? Si. Aquí en Zocamiñooca somos xente de clase traballadora e podémolo asumir. Nun modelo de consumo onde estamos todos os días almorzando galletas, produtos elaborados para meter no microondas; carne, peixe

todos os días... evidentemente se é ecolóxico non se pode asumir. Pero o ecolóxico no produto básico é asumible. O que nós apostamos é pola alimentación máis san, baseada en verdura, froita, legumes e cereais, e logo consumir puntualmente estes produtos que tamén se poden asumir na medida en que non se abusa. Para a saúde vas estar moito mellor e o que gastas é pouco máis ou incluso do que gastas nun supermercado con produtos peores. Porque se colles o ticket, ao final o que che vai máis caro son as maionesas, os chocolates, ou non sei que. E dis gastei en verduras 3 euros, pero logo gastei 15 noutras cousas que non son tan necesarias. Os supermercados intentan reforzar esta idea de que os produtos ecolóxicos son caros porque a eles manexar o ecolóxico non lles compensa e, ao final, reservan o ecolóxico que eles queren e para os estantes de *delicatessen* ou *gourmet*.

E no caso das tendas pequenas de produtos ecolóxicos, ás veces teñen que encarecer os produtos porque se deterioran, porque hai que pagar o exceso de horarios, etc. Ao mellor, unha solución é xuntarse entre varias delas ou concentrar o fresco en dous días... E así ter prezos máis axustados coordinando mellor a produción e a distribución. Por exemplo, ofrecendo á xente un desconto se pide os produtos con antelación; así se fomenta outro modelo.

P: Que aprendizaches nestes anos que levades aquí?

R: Desde 2009 que empezamos, vas falando con moita xente distinta, e vas aprendendo sobre o propio consumo; que non sempre temos tempo para facer ben a compra, que compramos impulsivamente... Detrás deses comportamentos está o noso ritmo de vida; ás veces con traballos entre 8 ou 10 horas, e ás veces con horarios discontinuos e con poucas horas libres na semana; e iso lévanos a un modelo no que a xente ten pouco tempo para a compra e tamén para cociñar. O ideal sería un modelo de traballo ou modelo de vida máis integral no que en épocas do ano non se traballase tanto e se adicase máis tempo a cousas máis básicas, como a relación coa natureza.

P: Finalmente, quería tratar o tema da xuventude que non encontra traballo nas cidades, pero a volta ao campo e aos traballos básicos relacionados coa natureza non entra na súa mentalidade porque non se lles formou para iso. Tedes algunha idea de que se pode facer neste tema?

R: O primeiro sería crear proxectos o tendas no que se permita o contacto entre a xente da cidade e produtores e produtos do agro. E logo, a nivel laboral, é certo que o agro galego ten unha potencialidade a todos os niveis; o agro está completamente desaproveitado, plántanse eucaliptos en todas partes porque cada vez hai menos produción nese agro. Pero hai que garantir dar saída á produción da xente disposta a volver ao agro. O que necesitamos é que a xente das cidades consumamos máis produtos de aquí, quitándolle a venda a gran superficie (é dicir, hipermercados, supermercados, e incluso cadenas de froitería que parecen pequenas tendas pero non o son).

P: Como o tema do leite?

R: O tema do leite é moi significativo porque, basicamente, é un problema de distribución; gandeiros que producen á nivel local, pero logo non hai distribución de tipo local, como cooperativas, senón grandes distribuidoras ou sociedades de capital que

lles dá igual de onde proveña o leite, se de Francia ou de Australia en po, logo mestúranas con auga e véndena mesturada con outra. O gandeiro perdeu o control sobre a distribución do seu produto e agora as consecuencias son que non lle compran ou lle compran ao prezo que debería ter. Entón hai que recuperar iso, crear envasadoras propias, e recuperar postos de venda onde non se venda por debaixo do coste. Polo tanto, hai que potenciar a venda directa e as envasadoras propias (de leite, conservas, etc.) do produto de aquí e a venda a través de proxectos que potencien a relación directa cos produtores.

P: Cal sería o papel dos gobernos neste tema?

R: Ten que ser un problema de todas; das produtoras, para non ir ao fácil; ter un proxecto a medio e longo prazo, e non vender ao primeiro que chega e ao prezo que sexa. Se traballas a distribución local (e non pensas tanto na exportación ou a venda ás cidades grandes), aínda que sexa un prezo máis baixo ou teña pequenos altibaixos, asegúrate para o futuro que ese produto se vai vender; e no caso da exportación internacional a competencia dun ano para outro pode facerche moito dano.

Así quen produce ten que poñer da súa parte; quen consume ten que estar concienciado e darlle valor a ese produto local e facer o esforzo para seleccionar onde merca; e a administración por suposto; reforzar a produción local, os modelos de distribución, tanto a nivel económico como de facilidades. Por exemplo, se hai produtores de ovos nunha zona, a administración pódelles proporcionar ou axudar coa compra dunha clasificadora ou etiquetadora; ou, no mercado central de froita en Coruña (a diferenza dunha cidade como Madrid), non existe ningún lugar para o uso dos pequenos produtores, porque todo está privatizado; a administración podería facilitar un local para eles.

P: Concluimos así esta longa entrevista; dámosche ás gracias polo teu tempo e por reflexionar con nós neste tema da compra fóra dos circuitos das grandes produtoras capitalistas.