

Quaderns de **X** participAcció

núm. 5

com fer una cooperativa de consum agroecològic

Probablement haureu sentit a parlar de José Bové, un líder camperol francès amb el sobrenom d'Astèrix que passarà a la història per la seva lluita contra el menjar escombraria. Bové, cofundador del sindicat Confederació Agrària i participant en col·lectius antimilitaristes i ecologistes, va desmuntar literalment un McDonald's francès l'agost de 1999. La seva arma: un tornavis. El preu que va pagar per aquesta acció va ser força alt i en Bové va haver d'estar uns quants mesos a la presó.

Amb aquesta acció, Bové es va convertir en una de les icones del moviment altermundialista que, en línies generals, lluita per la reforma del sistema neoliberal imposant un ordre més just per a les persones i més respectuós amb la natura. El naixement mediàtic d'aquest moviment (dit, al principi, antiglobalització), el novembre de 1999 a Seattle, va evidenciar, entre d'altres coses, que existeix una vinculació directa entre els grans poders econòmics que perpetuen el neoliberalisme i la infelicitat de les persones, i que tot el que decideixen aquests poders acaba afectant algun aspecte de la nostra vida, entre ells el model d'alimentació.

"La globalització i la Mcdonalització estan destruint tots els nostres valors i tota la nostra herència cultural", va dir la líder ecologista índia Vandana Shiva en un acte a favor de Bové. El cas és que, fos per l'esclat del moviment antiglobalització, fos per en Bové i la seva croada contra els McDonald's o fos per la proliferació d'escàndols alimentaris, d'uns anys ençà la preocupació cap a tot allò que mengem ha augmentat considerablement. A això han contribuït alguns mitjans de comunicació, sobretot Internet, que han difós informacions esgarrifoses sobre determinats aliments. Per exemple, segons fonts de la Universitat Estatal de Michigan, la carn que utilitza McDonald's per a les seves hamburgueses prové d'una mena de bony sense potes i sense ossos que és alimentat mitjançant tubs connectats al seu "estómac", resultat de la manipulació genètica. Quan el govern va intentar obligar McDonald's a retirar dels seus anuncis la informació que afirmava que les seves hamburgueses provenien de carn de caps de bestiar (en castellà, carn "de res"), van argumentar que en llatí *res* significa "cosa", i que ells produïen carn de "cosa". I aquí es va acabar l'assumpte. Un fet semblant va passar amb Kentucky Fried Chicken, ara KFC. Per què aquest canvi de nom? Perquè no poden fer servir la paraula *chicken* (pollastre), ja que no utilitzen pollastres de debò sinó organismes genèticament manipulats. Es



tracta, com en el cas de McDonald's, de "coses" sense bec, ni plomes, ni ales, connectades a tubs. El pitjor de tot no és que McDonald's i KFC utilitzin organismes modificats genèticament per augmentar la seva producció, sinó que aquesta "carn", amb el temps, provoca danys irreparables en la salut humana. Tot i això, i a diferència del tabac, és molt difícil provar que existeixi una relació directa entre el consum d'hamburgueses de "cosa" i les 300.000 morts prematures per obesitat que hi ha cada any als Estats Units.

Tenir consciència que el consum té fortes implicacions culturals, socials i econòmiques ha provocat diverses lluites arreu del món contra algunes transnacionals responsables d'aquest model consumista i explotador, com la lluita contra McDonald's, així com el naixement d'organitzacions que defensen un altre model de consum, un consum sostenible, com les cooperatives de consum d'aliments agroecològics. Aquestes cooperatives de consum constitueixen la forma organitzativa més important de lluita i alternativa de consum, en promoure una economia a escala local que defensa la diversitat agrícola i cultural, la solidaritat i la corresponsabilitat social i ambiental. Les persones que hi participen tenen raó quan diuen que la nostra elecció a l'hora de consumir representa un vot a favor o en contra del model neoliberal. Esperem que les pàgines que vénen a continuació us animin a constituir o participar d'alguna cooperativa de consum al vostre barri o comunitat. Menjarem millor i contribuirem a la destrucció d'aquest sistema tan pervers.

Una cooperativa de consum és un col·lectiu de persones convençudes que per transformar les estructures socioeconòmiques actuals és necessari canviar el consum, ja que l'elecció a l'hora de consumir representa un vot a favor o en contra del sistema. Per tant, qüestiona l'enriquiment basat en la destrucció de l'entorn, l'opressió dels països del sud o del medi rural tradicional, i dóna suport a les empreses respectuoses amb el medi i sensibles envers els problemes socials.

La cooperativa de consum, si és de productes agroecològics, també porta implícit un compromís envers una millor alimentació, lliure d'aliments manipulats genèticament, més lligada als cicles de la natura, en contraposició a la posició d'explotació i superioritat que l'ésser humà modern ha adoptat.

Existeixen diversos models de cooperativa:

1. La que funciona únicament com a cooperativa per als cooperativistes o socis, seguint criteris autogestionaris. Els socis són els encarregats, de manera voluntària, de comprar, buscar productors, parlar directament amb ells, portar la comptabilitat, controlar la qualitat dels productes subministrats..., fins i tot de netejar el local. No hi ha cap persona contractada. Aquí també existeixen grups més implicats en els moviments socials i altres que centren les assemblees en qüestions únicament de funcionament de les cooperatives.
2. La cooperativa amb botiga oberta al públic. La porten persones que reben un sou i la botiga és una font d'ingressos.
3. Hi ha grups que funcionen com a associacions de consumidors amb format legal de cooperativa, i associacions que funcionen com a cooperatives no legalitzades.

Sistema de funcionament intern

El sistema de funcionament és similar a totes les cooperatives agroecològiques:

Generalment se subministren productes frescos: iogurts, pa, verdures, fruites, formatge; productes processats: pasta, melmelades, mueslis, oli, edulcorants, begudes, cereals i llegums; productes de neteja personal i de la llar, i també productes procedents del comerç just.

Hi ha socis encarregats d'obrir un dia concret de la setmana, la resta van a recollir la comanda de producte fresc el mateix dia (que es demana d'una setmana per l'altra perquè no sobri ni s'hagi de llençar res), així com altres productes que hi ha als prestatges. Algunes cooperatives funcionen amb el que s'anomena "cistella bàsica". Es tracta d'un/a pagès/esa que prepara unes cistelles setmanals amb les verdures i fruites del temps de què disposa i no sota comanda, com fan altres productors. D'aquesta manera és el productor qui tria cada setmana, en funció dels productes que té.

La gestió de les cooperatives es realitza generalment a través de comissions de treball (compres, administració, relacions, control de qualitat), en funció del major o me-

nor nombre de persones associades. L'òrgan màxim de decisió és l'assemblea general. La dedicació de temps per a les persones que hi formen part és diferent en funció del temps lliure de què cadascú disposi, però en general implica fer un torn de tarda cada certes setmanes, participar en les assemblees i en alguna comissió.

A l'hora de triar els productes hi ha uns criteris que s'han de seguir:

1. Han de ser productes procedents de l'agricultura ecològica, que en el cas de productes frescos són de temporada.
2. Si es tracta de productes envasats, es prioritza la reducció d'envasos (i si és possible, que siguin reutilitzables).
3. Els productors han de ser tan propers com sigui possible i han de complir amb criteris ètics i socials.



CONXITA RIPOLLÉS

4. Es busca petits productors amb criteris afins, per tal d'establir compromisos que permetin un sistema de producció i consum alternatiu, que beneficiïn el manteniment de l'agricultura local i al mateix temps estableixin un lligam entre productor i consumidor.

Alguns avantatges

- ⇒ Es consumeixen productes frescos i naturals => millor alimentació.
- ⇒ Es redueix el consum d'embolcalls i objectes de vida efímera i utilitat qüestionable (llaunes, tetrabrics, envasos no retornables...).
- ⇒ Es dóna suport a l'agroecologia i a l'economia local, en comptes d'afavorir les empreses explotadores i destructores del medi.
- ⇒ En consumir productes de temporada, s'està més en consonància amb la natura.

Acabada la Segona Guerra Mundial, i aprofitant tècniques d'aplicació bèl·lica, comença l'anomenada Revolució Verda, que es fonamenta en la utilització de productes químics en els cultius –adobs, herbicides, insecticides i fungicides–, l'ús de maquinària agressiva en els processos de cultiu i la creació de grans extensions de conreu –normalment d'una sola espècie. En el cas de la ramaderia, els canvis són similars.

En definitiva, un model de producció basat en el benefici a curt termini a costa del que sigui, amb una gran acumulació de poder econòmic en poques mans i una total dependència dels camperols envers les grans empreses agroalimentàries. Un model malversador d'aigua i energies fòssils, i generador d'enormes quantitats de residus tòxics que provoquen greus impactes mediambientals.

La Revolució Verda, sustentada en la millora de tres cereals clau en l'alimentació humana –el blat, el blat de moro i l'arròs–, va suposar un canvi de

paradigma que ha evolucionat fins als nostres dies. Les diferents polítiques agràries desenvolupades en el marc de la UE tampoc no han contribuït a millorar aquest model, ja que han significat la marginació de l'agricultor i el ramader en el procés de subministrament d'aliments en benefici del capital industrial transnacional agroalimentari. Progressivament, els agricultors han quedat reduïts a la condició de clients dels productors de llavors, pinsos, adobs i insecticides i s'han convertit en proveïdors de matèria prima barata per a la indústria i les grans cadenes de comercialització.

En els darrers temps, però, s'ha succeït una onada ininterrompuda d'escàndols alimentaris: pollastres amb dioxines, vaques boges, hormones per a l'engreix animal, conreus transgènics, etc. A Catalunya, l'aparició de les primeres cooperatives de consum que comencen a qüestionar aquest model data dels anys 80.

EL PRINCIPAT

- ⇒ **Associació El Rostoll Verd.** Ptge. St. Joan, 36, baixos. 08240 Manresa. Tel.: 93 877 44 62.
- ⇒ **Associació El Sedàs.** Céllecs, 1, local 4. 08400 Granollers. Tel.: 93 861 35 30 / 661 20 35 13.
- ⇒ **Ateneu Candela.** Rutlla 54, baixos. 08222 Terrassa. Tel.: 647 135 392 (Xavi).
- ⇒ **Ateneu La Gleva.** Verntallat 26, baixos. 08024 Barcelona. Tel.: 93 217 46 69.
- ⇒ **Cooperativa Cydonia.** Bosch i Labrús, 16. 08005 Barcelona. Tel.: 93 308 56 59. www.mallorcaweb.net/arbocenc/cydonia/
- ⇒ **Cooperativa de consum de l'Ateneu La Maixanta.** La Palma, 20, baixos. 25002 Lleida. Tel.: 973 32 07 51.
- ⇒ **Cooperativa El Brot.** Pròsper Bofarull, 26, baixos. 43202 Reus. Tel.: 97 733 16 47. elbrotcr@eres-mas.com
- ⇒ **Cooperativa El Rebost.** Pl. Bell-lloc, 23. 17004 Girona. Tel.: 972 20 20 70. www.culturaverda.org/elrebost.htm
- ⇒ **Cooperativa Germinal de Sants.** Rossend Arús, 47. 08014 Barcelona. Tel.: 93 296 69 59. www.coopgerminal.org

⇒ Cooperativa Germinal de Sarrià.

Clos de St. Francesc, 3-5. 08034 Barcelona. Tel.: 600 689 672. www.coopgerminal.org

⇒ Cooperativa Germinal de Rubí.

El Pinar, bloc 4, esc. B, baixos 1. 08191 Rubí. Tel.: 93 697 8083. www.coopgerminal.org

⇒ El Cabàs, Ateneu popular Julia Romera. C/ Santa Rosa, 18. 08921 Santa Coloma de Gramenet.

www.ara-santacoloma.com

⇒ El Petricó. Ignasi Iglésies, 5. 08750 Molins de Rei. Tel.: 93 680 21 56.

⇒ El Rec de Sant Andreu. Vallès, 61. 08030 Barcelona. Tel.: 93 351 97 38.

⇒ El Teixit de la Terra. C/ Montllor i Pujades, 64. 08000 Sabadell. Tel. 626 727 571.

⇒ La Calèndula. Rocaprevera s/n. 08570 Torelló. www.geocities.com/cooperativacalendula

⇒ Tota Cuca Viu. Mestres Casals i Martorell, 18. 08003. Barcelona. Tel.: 93 442 27 66

⇒ Userda. Formentera, 59, baixos. 08016 Barcelona. Tel.: 93 353 99 29

PAÍS VALENCIÀ

⇒ Arrels. C/ Emborràs, 4. València.

⇒ Assoc. de Consumidors

Ecològics d'Alzira. Felip II, 31. 46600 Alzira. Tel. 962 41 66 38.

⇒ Avacu. Plaça Alfons El Magnànim, s/n. 46003 València.

⇒ Cistella Verda. Alcoi. Tel. 965 54 31 35.

⇒ Club Fresc. Guzmán, 26. La Vall d'Uixó. Tel. 964 69 16 42.

⇒ Eina. C/ Túria, 2, baixos. 46133 Meliana. Tel. 961 49 48 92.

⇒ El Lledoner. Ros de Ursinos. 12004 Castelló. Tel. 964 23 36 74.

⇒ Granja La Peira. Benifaió. Tel. 961 79 42 56.

⇒ Julivert. Sant Bartomeu, 35, 13, 2-A. 03002 Alacant. Tel. 965 63 61 49.

⇒ L'Ajup. Tomás Valle, 41, esq. 46870 Ontinyent. Tel. 96 238 13 33.

⇒ La Llavoreta. Oriola, 14. 46009 València. Tel. i fax: 963 47 01 49. acantos@teletel.es

⇒ Senda Verde. Camí la Coca, 17. 03680 Asp. Tel. i fax: 965 49 50 49. / Vicent Aleixandre, 45. 03205 Elx. Tel.: 965 44 34 39

ILLES BALEARS

⇒ Es Lledoner. Barrera, 24. Son Espanyolet. 07014 Palma. Tel. 971 451 642.

Com muntar una cooperativa de consum

La primera qüestió que cal plantejar-se és trobar un grup mínim de persones o unitats de compra (de 12 a 15) que vulguin començar a consumir organitzadament productes ecològics. Aquesta xifra permet fer unes compres mínimes com a entitat. Una altra manera de començar és que les persones que iniciïn aquesta activitat es facin sòcies, com a grup de compra, d'una cooperativa o associació de consum ja constituïda i es distribueixin la compra fins que arribin al mínim per fer-se independents. No cal convertir-se en una cooperativa legal el primer dia, sinó que el contacte diari i l'experiència posterior ja dirà, amb la participació de més socis, el moment adequat per convertir-se en cooperativa formal (legal o no). Per trobar proveïdors tant de productes frescos com d'elaborats, la forma més senzilla és informar-se a través de les cooperatives "veteranes", on es trobaran totes les adreces que es puguin necessitar. En un principi, la recepció de productes i la seva distribució es pot fer en un domicili particular o en un local compartit, però posteriorment cal buscar un local que serveixi no solament per distribuir-se els productes, sinó també per organitzar el conjunt d'activitats internes i externes que genera el consum.

Un altre aspecte important és connectar-se amb la Coordinadora catalana d'organitzacions de consum de productes ecològics: ecoconsum@agrariamansa.org.

Què són els cultius transgènics?

El terme "transgènic" fa referència a un organisme viu la informació genètica del qual ha estat modificat a través de la introducció d'una seqüència genètica diferent (porció de l'ADN), que té la informació necessària perquè produeixi la síntesi d'una nova proteïna, mitjançant tècniques biotecnològiques. Aquest nou gen s'agrega per dotar la planta d'alguna característica especial que sigui d'utilitat per al productor, com per exemple la resistència a herbicides, insectes plagues, virus o condicions extremes.

Hi ha tres generacions de cultius transgènics:

1. Plantes modificades genèticament perquè toleren herbicides: soja, blat de moro...
2. Plantes modificades després de la collita, dissenyades per reduir costos de tractament a la indústria de processament d'aliments: tomàquets de maduració retardada.
3. Productes que pretenen ser beneficiosos per a la nutrició i per a la salut. Plantes i animals modificats per tal de produir drogues, vacunes i plàstics.

L'àrea total de cultiu de transgènics al món ha crescut un 311% entre 1997 i 2001, i ha passat a tenir 52,6 milions d'hectàrees, concentra-

des en un 99% als EUA, Argentina, Canadà i Xina. La multinacional Monsanto domina el mercat de llavors.

En aquest sentit, cal esmentar que la Gran Bretanya ha autoritzat recentment, després de cinc anys de consultes i proves, el cultiu comercial limitat d'aliments genèticament modificats, tot i el rebuig d'una part de l'opinió pública i dels grups ecologistes.

L'Estat espanyol és el quart país europeu en cultius pilots de transgènics, fonamentalment, blat de moro, remolatxa, cotó i patata.



CONXITA RIPOLLÉS

Sobre l'agroecologia

L'agroecologia és una ciència que s'aproxima als sistemes agraris des de la perspectiva de la sostenibilitat global i el consum responsable. Les eines que aporta van més enllà de la simple anàlisi agronòmica i de les pròpies tècniques de conreu. Engloba també aspectes socials i econòmics, des del desenvolupament del món rural, la sobirania i la seguretat alimentàries, fins a la biodiversitat, l'equilibri ecològic i el comerç. L'agroecologia incorpora, a més, valors ètics i socials en les relacions laborals i posa la producció agropecuària al servei de la comunitat i no del benefici. En el seu desenvolupament, participen el conjunt de pagesos, les seves organitzacions i també els diferents moviments socials, en especial els consumidors. Actualment les alternatives agroecològiques suposen un moviment creixent en contraposició al model productiu imperant, i mostren la possibilitat de crear una economia alternativa de caràcter radical amb la interacció dels consumidors responsables, que s'organitzen majoritàriament en cooperatives de consum.

Avals

A escala institucional existeixen avals que certifiquen l'autenticitat del producte ecològic: a Catalunya és el Consell Català de la Producció Agrària Ecològica, CCPAE (<http://www.ccpae.org>). Tanmateix, aquest tipus d'aval només es fixen en els valors agronòmics i no en els valors socials que molts agricultors sí que tenen en compte, com ara un preu no elitista, condicions laborals dignes, la potenciació de l'economia local i el manteniment de la biodiversitat. A la pràctica, els avals oficials afavoreixen la línia més mercantilista de la producció ecològica, cosa que no significa que els productes siguin de qualitat.

La producció ecològica a Catalunya i l'Estat espanyol

La superfície de cultiu d'agricultura ecològica inscrita al CCPAE ha passat de 4.933,6 ha i 182 productors el 1995, a 56.212 ha i 620 productors l'any 2003. Pel que fa a granges de producció biològica, a Catalunya es poden comptar fins a 328 explotacions ramaderes que produeixen carn i llet a partir del vacum, l'avicultura, l'oví i el porcí. (Font: CCPAE 1995-2003)

La producció ecològica a l'Estat espanyol té un creixement sostingut que oscil·la entre el 20% i el 40% anual. Nombrosos pagesos, empreses i cooperatives es dediquen a la comercialització d'aquests productes. Segons xifres del Ministeri d'Agricultura, a l'any 2000 es cultivaven a l'Estat espanyol 388.031 ha i eren un total de 14.413 productors els que estaven inscrits en els registres oficials, pertanyents a 17 comunitats autònomes. També s'està desenvolupant la indústria de transformació de productes biològics, que arriba en aquest moment a les 755 indústries (principalment es tracta de bodegues per a vins, oli, forns i conserves). També hi ha registrats 1.082 granges en producció biològica, principalment de boví, oví i porcí.

El sector de la producció ecològica mou en l'actualitat una xifra de vendes que oscil·la al voltant dels 22.000 milions de ptes. entre el mercat intern i extern. Aquesta xifra, tot i ser important per al sector, és excessivament petita si la comparem amb el conjunt general de l'alimentació, atès que representa menys de l'1% del consum general. Malauradament, se segueix exportant gairebé un 85% de la producció espanyola cap a l'Europa Central, el Japó i els EUA, principalment.

El sector de la producció ecològica mou en l'actualitat una xifra de vendes que oscil·la al voltant dels 22.000 milions de ptes. entre el mercat intern i extern. Aquesta xifra, tot i ser important per al sector, és excessivament petita si la comparem amb el conjunt general de l'alimentació, atès que representa menys de l'1% del consum general. Malauradament, se segueix exportant gairebé un 85% de la producció espanyola cap a l'Europa Central, el Japó i els EUA, principalment.



CONXITA RIPOLLÉS

Diana Amigó i Jep Pedrosa. Cooperativa Cydonia

“Volem assumir la nostra responsabilitat com a consumidors”

Com neix Cydonia?

Diana: Cydonia com a grup humà va néixer fa set o vuit anys. Era un col·lectiu de gent que es va trobar a l'entorn de Germinal, que és la primera cooperativa de consum que hi va haver a Sants [Barcelona]. Aquesta gent, gairebé tothom del Poblenou i del Clot, van decidir constituir un grup de consum. Al cap d'un temps, es van legalitzar i es van posar de nom Cydonia. Van fer-se cooperativa de consum perquè era la fórmula jurídica que més s'adeia amb l'activitat i l'ideari del grup. Cydonia vol dir colom, és el nom científic de colom.

Per què decidiu participar en aquest projecte?

Jep: Per poder consumir d'una forma justa. Justa en tots els sentits, des del punt de vista econòmic, des del punt de vista de la natura i seguint criteris de sostenibilitat. Volíem accedir a aquesta forma de consum, però sense que fos un luxe. A més, hem trobat una gent que comparteix els nostres valors i amb qui ens trobem molt bé.

Primer criteri: que sigui biològic. **Segon:** proximitat. **Tercer:** embalatge. **Quart:** necessitat.

Diana: L'origen de la decisió està en el fet d'assumir la nostra responsabilitat com a consumidors, i aquesta responsabilitat

comporta implicar-te com a consumidor i decidir què vols consumir i què no.

Quan neix Cydonia, quines altres cooperatives de consum hi havia?

Diana: A Barcelona només hi havia Germinal, però a tot Catalunya les dues més antigues són El Rebost, de Girona, i El Brot, de Reus. El Brot porta ben bé 25 anys funcionant i el Rebost porta també molts anys. Tenen una diferència respecte a nosaltres, són cooperatives de consum, però també són botiga; és a dir, aquestes cooperatives tenen socis i

també tenen la botiga oberta al públic amb una persona treballant-hi. El model de Germinal i el model de Cydonia són diferents: nosaltres no som botiga i no tenim cap alliberat treballant, ho fem tot nosaltres.

Jep: Una mica és la idea que si tothom està al seu lloc i assumeix la seva responsabilitat no ha d'haver-hi una càrrega que faci necessari el naixement d'un contracte laboral.

cooperatives, actualitzar llistes de productes en els programes d'ordinador, etc. Tot i que formen part de l'engranatge de la cooperativa, no són tan essencials com la preparació de cistelles o la neteja del local.

Pel que fa als productes, com ha evolucionat Cydonia al llarg del temps?

Diana: Vam començar amb producte fresc, fruites i verdures, i de mica en



Com us organitzeu?

Diana: Hi ha dos tipus d'activitats que ha de fer el soci, totes dues són obligatòries, una és fixa i l'altra és variable. Les activitats fixes són les imprescindibles de fer perquè funcioni la cooperativa, i són tres: preparar les comandes, netejar el local i formar part, per tornos rotatius, de la junta. La junta, que nosaltres anomenem grup dinamitzador, és l'òrgan que vetlla perquè tots els engranatges de la cooperativa funcionin, té visió de conjunt. A més, legalment, a les cooperatives se'ns obliga a tenir una junta. Ens reunim cada tres mesos. L'activitat variable pot ser portar un proveïdor, estar a la comissió de factures o a la de comptabilitat, estar a la comissió d'activitats de dissabte (que fa algun tipus d'activitat d'interès general cada primer dissabte de mes), estar o participar en la comissió de relacions amb les altres

mica hem anat incorporant altres productes. En aquests moments en tenim un gran ventall: des de productes de bellesa, com poden ser cremes, olis essencials o pasta de dents, fins a carn, formatge llet, sucs, pa, ous, passant per tot el món de les pastes –arròs, espaguetis, macarrons– i també cereals, sabó, sucre, galetes... Cada dimecres fem un full de comanda per al producte fresc. El nostre proveïdor, que és Feixa Verda, cada mes ens envia la llista de productes de temporada informant de la seva procedència, de si són de temporada plena o de temporada baixa, si són d'hivernacle o no, etc.

Tot el que teniu és ecològic?

Diana: Fins ara hem procurat que siguin productes biològics, però ara ens estem fixant en altres aspectes, com la procedència. L'exemple més clar és el del paper de vàter, que ens

el portaven d'Alemanya. Està molt bé tenir paper de vàter ecològic, però si el porten de tan lluny, quin benefici ecològic té? Perquè hi ha molts transports... Ara, en canvi, hem trobat un altre proveïdor, una cooperativa de Mallorca que recicla paper. Canviarem, doncs, de proveïdor. Això mateix ens ho estem plantejant amb l'arròs i els cereals, per comprar-los a l'engròs i així estalviar-nos els embalatges. Ideològicament ja fa temps que ho tenim clar, però posar-ho a la pràctica és més difícil, perquè requereix que l'engrenatge de la cooperativa funcioni molt bé. En aquest sentit, amb altres cooperatives fem compres conjuntes: l'arròs el comprem conjuntament a un proveïdor del Delta de l'Ebre, i l'oli també.

Quins criteris seguim per escollir un proveïdor?

Diana: Criteri número u: que sigui un producte biològic; per a mi biològic vol dir que està cultivat sense usar productes químics, i ecològic és quan ja intervien altres factors com el transport, el treball de la persona, etc. Aquestes definicions són bastant de collita pròpia. Nosaltres mirem que el producte tingui el segell de producte ecològic. Criteri número dos: proximitat. Criteri número tres: embalatge. I criteri número 4: necessitat. I com que tampoc no volem que, pel fet de consumir responsablement, haguem de pagar més, al final de tot tenim en compte el preu.

Jep: Si es reunissin les mateixes condicions entre dues formes empresarials diferents, al final sempre escolliríem una cooperativa.

Diana: Tenim molt clar si un producte és ecològic, tingui l'etiqueta o no; tenim molt clar que ha de ser sostenible, i a més pensem que el treball més sostenible que hi ha és el treball cooperatiu, per això mirem que sigui d'una cooperativa.

Teniu una relació estreta amb els vostres proveïdors?

Diana: Amb els qui tractem directament sí que procurem tenir una relació estreta, per exemple amb Mas Claperol, que són els qui ens porten la llet. Va arribar un moment que no tenien capacitat per proveir-nos-en



Cydonia
COOPERATIVA DE CONSUM ECOLÒGIC I RESPONSABLE

tanta. Llavors el que vam fer, juntament amb totes les cooperatives de Barcelona, va ser apadrinar una vaca perquè poguessin permetre créixer en producció. Volem superar la parcel·lació que hi ha entre productor i consumidor, perquè tots formem part d'un mateix procés.

Per què creieu que una cooperativa de consum és un projecte transformador?

Diana: Jo crec que la clau és que els consumidors assumim les nostres responsabilitats, i el sol fet d'assumir això, en una societat acostumada a delegar responsabilitats, ja és transformador. Després està tot el tema de consumir sosteniblement, i avui dia la sostenibilitat és segurament el més transformador que hi ha.

Jep: El consum condicionarà la producció, si condicionem la producció les relacions entre les persones i amb la natura seran justes també.

Per què últimament la gent s'està interessant més per totes les qüestions relacionades amb l'alimentació?

Diana: Temes com la grip del pollastre o les vaques boges fan que hi hagi molta gent que perdi confiança en el model actual. Els nostres avis saben

el que menjaven i saben a qui anar a estirar les orelles si allò no estava bé. I no solament això, sinó que menjaven una poma i tenia gust de poma i forma de poma. A molta gent li preocupa la seva salut i s'està sensibilitzant. La gent necessita saber què menja, conèixer el veí i implicar-se emocionalment amb el seu entorn.

Jep: Ningú no ha dit que el consum hagi de ser només consum, en el sentit de transacció econòmica. L'acte de consum és un acte humà, mitjançant el qual tu obtens uns serveis i ningú no ha dit que hagi de ser exclusivament de caràcter econòmic. Hem de superar aquesta divisió entre política, economia i ètica, tot és el mateix. També una mica la idea és que el grup de consum vagi cap a altres coses, com l'intercanvi de serveis o l'intercanvi d'habilitats. Hi ha iniciatives d'aquestes dintre de Cydonia. Per exemple, hi ha una noia dintre de la cooperativa que organitza cursos de cuina, i part del romanent que hi ha hagut en l'exercici serveix per finançar el curs de cuina que fa cap als socis i normalment amb productes de la cistella d'aquell mateix dimecres. A part de consumir, podem intercanviar habilitats, podem generar estalvi...

Illacrua, Actualitat i Alternatives

- ✓ Maronda, Montse. *Món verd: molts projectes ecològics sota un mateix sostre*. Illacrua núm. 7, gener de 1993.
- ✓ Via, Jordi. *Hortec: agricultura i ramaderia ecològiques*. Illacrua, núm. 25, març-abril de 1995.
- ✓ Diversos autors. *Simplicitat voluntària. Consumir menys, viure més*. Illacrua, núm. 73, desembre de 1999.
- ✓ Salinas i Reboul, Marta. *Autogestió en l'alimentació*. Illacrua, núm. 102, setembre de 2002.

Revistes especialitzades

- ✓ Revista *Agro-cultura*, trimestral. Més informació: www.agrariamanresa.org
- ✓ Butlletí electrònic *El Troc*, trimestral. Butlletí de grups de consum ecobiològic. A www.agrariamanresa.org
- ✓ Butlletí electrònic *El Rebost*, de la cooperativa gironina El Rebost, trimestral. A www.agrariamanresa.org
- ✓ Revista *Opcions*, bimensual, editada pel Centre de Recerca i Informació en Consum (CRIC). Més informació: 93 412 75 94 / cric@pangea.org

Llibres

- ✓ López García, Daniel i López López, J. Àngel. *Con la comida no se juega*. Traficantes de Sueños, Madrid, 2004.

- ✓ CRIC (Centre de Recerca i Informació en Consum). *Come y calla... o no*. Icaria, Más Madera, Barcelona, 2000.
- ✓ Cortina, Adela. *Por una ética del consumo: la ciudadanía del consumidor en un mundo global*. Ed. Taurus, Madrid, 2002.
- ✓ Arrizabalaga, Alicia i Wagnan, Daniel. *Vivir mejor con menos*. Ed. Aguilar, Madrid, 1997.

Webs

- ✓ Coordinadora catalana d'organitzacions de consum de productes ecològics: ecoconsum@agrariamanresa.org
- ✓ Coordinadora estatal de comerç just: <http://www.e-comerciojusto.org/>
- ✓ Col·lectiu Bajo el asfalto está la huerta. <http://bah.our-project.org/>
- ✓ Escola agrària de Manresa: www.agrariamanresa.org
- ✓ Sobre transgènics: <http://www.nodo50.org/worldwatch-ww/pdf/capitulo3.pdf> i www.ecologistesenacció.org/temes/genetica/genetica.htm
- ✓ Guia de consum solidari editat per Setem: www.setem.org/catalunya/federa/consumsolidari/index.htm
- ✓ Xarxa d'Economia Solidària: www.xarxaecosol.org

Edita: Associació Cultural Illacrua.

Ha escrit aquest quadern: Joan Marc Simon i Marta Salinas. Març de 2004.

Disseny, maquetació, edició i revisió lingüística: L'Apòstrof, SCCL. Via Laietana, 45, esc. B, pral. 2a. 08003 Barcelona. Tel. 93 552 98 78.

A/e: apostrof@apostrof.coop.

Imprimeix: Tandemgraf.

Administració i subscripcions: Via Laietana, 45, esc. B, pral. 2a. 08003 Barcelona. Tel. 93 552 98 79. A/e general: illacrua@pangea.org.

Secretaria: illacruasecretaria@hotmail.com. Propostes: illacruapropostes@hotmail.com.

L'Associació Cultural Illacrua no comparteix necessàriament les opinions de les persones col·laboradores, tot i que anima a la reproducció total o parcial d'aquests Quaderns, avisant primer i fent-ne constar la procedència.

D.L.: B-48970-2003.

ISSN: 1137-3083.

Els Quaderns de Participació tenen el suport de la Fundació Jaume Bofill.

Encara no coneixes Illacrua?



Si emplenes el formulari inferior, el fotopies i ens l'envies, o bé ens fas arribar un correu electrònic amb les teves dades, t'enviarem gratuïtament el darrer número d'Illacrua on trobaràs un article sobre l'enriquiment de les empreses espanyoles a costa del deute extern, un altre sobre el secessionisme de la llengua catalana, una anàlisi sobre les darreres eleccions generals, una entrevista a l'activista irlandesa antiguerre Mary Kelly, col·laboracions de l'antropòleg Manuel Delgado sobre el Fòrum 2004 i l'advocat August Gil Matemala, etc.

Illacrua és una revista mensual, d'esquerres i alternativa, escrita en català i d'àmbit de Països Catalans

Vull rebre, gratis, el darrer número d'Illacrua, Actualitat i Alternatives

Nom

Adreça

Població

DP..... Tel. A/e

Illacrua, Actualitat i Alternatives

Via Laietana, 45, esc. B, pral. 2a. 08003 Barcelona. Tel. i fax: 93 552 98 79; illacruasecretaria@hotmail.com