



Xabier Iraola Agirrezabala
Euskal Nekazarien Batasuna (ENBA)
Gipuzkoa

Nin calvo nin catro perrucas

► DEBEMOS OPTAR POR UN ACHEGAMENTO DOS GANDEIROS E OS CONSUMIDORES, REALISTA E CONTINUADO, PERSISTENTE COMO A CHOIVA FINA, PARA QUE O CONSUMIDOR POIDA SER CONSCIENTE DO QUE HAI DETRÁS DE CADA BRIK QUE LEVA A CASA

Asómome ás prestixiosas páxinas de *Vaca Pinta*, tras a amable invitación de Manel Gegúndez, co temor de non estar á altura do reto de escribir nun medio tan especializado e profesional coma este. O leite, os gandeiros e o gando vacún son unha das miñas obsesións profesionais (traballo nunha organización agraria vasca, ENBA para máis detalle) que acapara ata o persoal ao estar rodeado de gandeiros de leite e por iso, cando falo de leite, falo máis dende as tripas que dende a cabeza e apóioime máis en sentimentos que en números, como quizais debera facelo nunha publicación coma esta.

Por certo, os adentros son os que me tocou o xornalista Xoán Ramón Alvite, ao que non teño o pracer de coñecer persoalmente, pero ao que sigo a través dos seus sisudos escritos, como o que saíu publicado no último número desta revista, no cal, baixo o atractivo título de “Depende, todo depende”, lle facía unha loa á numerosa clase media gandeira, conformada por miles de explotacións medianas, que, tal e como afirma, constitúen a verdadeira columna vertebral do sector produtor lácteo.

No devandito artigo defendíase o papel que xogan esas miles de explotacións leiteiras, cun eminente compoñente familiar, pero no que tamén se integran granzas familiares con persoal asalariado, que moxe e goberna o gando, de xeito conxunto, compartindo as interminables tarefas cos seus patróns que son, nin máis nin menos, que gandeiros. Es-

tes gandeiros e as súas explotacións, medianas, pouco teñen que ver con esas explotacións diminutas gobernadas pola mítica anciá que consente as súas dúas vacas coma se fosen as súas netas, ou polos ecosoñadores que se achegan ao sector para materializar a súa pequena revolución sen atender a cuestións mundanas coma a rendibilidade ou o vil metal co que todos, uns e outros, sacan adiante a familia.

Agora ben, se pouco teñen que ver cos diminutos, menos aínda teñen que ver con esas macrogranzas de miles de animais impulsadas por empresarios alentados por industrias lácteas, queixerías, fábricas de penso ou cadeas de distribución onde a rendibilidade e os números non son importantes, como en calquera explotación gandeira que se prece, senón son o único a ter en conta e o factor que se sobrepón a todo, mesmo ao proxecto familiar, ás terras e pradeiras da casa e á aldea onde un vive, ou sobrevive.

As granzas medias atópanse atezadas polas nanogranzas, por unha banda, polas macrogranzas pola outra, dado que as primeiras, as nano, son as explotacións que o consumidor idolatra e estraña, mentres as outras, a macro, son as explotacións que o mercado, con maiúsculas, incentiva e alenta.

As granzas medias, como dicía, nin son o suficientemente pequenas, o suficientemente eco, o suficientemente verdes ou o suficientemente familiares como para gañar o favor do consumidor que ama un tipo de explotación ao que logo, cada día,

► INFORMACIÓN VERAZ, NON PROPAGANDA BARATA, É O QUE NECESITA O CONSUMIDOR. NA MIÑA OPINIÓN ESA É A MELLOR VÍA PARA QUE ESTE, BEN INFORMADO, APOIE E PROTEXA A CLASE GANDEIRA MEDIA, COA QUE SE SENTIRÁ PLENAMENTE IDENTIFICADO

cada vez que acode ao mercado, lle dá as costas, pero tampouco son o suficientemente grandes, eficientes, empresariais etc. como require o mercado lácteo sustentado nunha cadea láctea onde as marxes brillan pola súa ausencia e a nanomarxe, de habela, xa se imaxinarán, non é, nin de lonxe, para o produtor senón para calquera dos elos, menos para a parte produtora.

O consumidor medio quere consumir leite proveniente de granxas familiares, onde o gandeiro, un corpulento de papos rosados que viste unha camisa de cadros, vive na arcadia feliz, rodeado de verdes pradeiras e montañas fermosísimas, repletas de herba coas que alimentar as súas vacas pero, sen complicarse a existencia, aférrase á súa idílica visión, aínda sospeitando que, quizais, a realidade non coincida plenamente co soñado, posto que, máis aló das formulacións teóricas, sexa consciente de que entre a teoría e a práctica exista un treito difícil de aproximar.

A cuestión, ao meu entender, radica en como aliñar a idea preconcebida do consumidor medio coa práctica da media das granxas, as granxas medianas, que facendo seu o devandito popular de “nin calvo, nin catro perrucas” dista bastante tanto das granxas nano coma das macro, pero que son, de longo, as que máis se achegan á súa idea de granxa familiar e profesional.

Para iso debemos optar por un achegamento dos gandeiros e os consumidores, un achegamento realista e continuado, persistente como

a choiva fina, para que o consumidor poida coñecer a realidade do campo, coñecer o porqué de cada unha das prácticas gandeiras e, así, seren conscientes do que hai detrás de cada *brik* de leite que leva a casa.

Nin velliñas nin ecosoñadores, pero tampouco macrogranxas illadas en desertos rurais. A realidade do sector gandeiro actual, e máis concretamente da súa clase media (como adoita gustarlle referirse ao ministro Luis Planas), é algo tan complexo, tan belo como imperfecto, que quizais non coincida coa imaxe deseñada polos publicistas, pero que, ademais de ser real, se aproxima moitísimo ao que quere o consumidor.

Información veraz, non propaganda barata, é o que necesita o consumidor. Na miña opinión esa é a mellor vía para que este consumidor, ben informado, apoie e protexa a clase gandeira media, coa que se sentirá plenamente identificado. ■