

¿Qué pasaría si todas las personas nos pusiéramos de pie y marcháramos juntas?

Enrique del Río
Miembro de Reas Madrid

La economía social y solidaria propone básicamente otra forma de hacer funcionar la economía y de entender y gestionar el desarrollo, de manera que respondan a las aspiraciones profundas de todas las personas y no utilice sus necesidades inmediatas para convertir a la población en objetos de consumo permanente. Esta propuesta, que también es aspiración, se conjuga en un rico plural: cooperación al desarrollo, Comercio Justo y consumo responsable, mercados sociales, intervención social, atención a población migrante y a los sectores más desfavorecidos, desarrollo local y rural, soberanía alimentaria, formación y promoción cooperativista, instrumentos financieros éticos y solidarios, etc. Una multitud de entidades y especializaciones, organizadas en diversas redes, pero compartiendo objetivos y estrategias similares, porque compartidos son los retos y comunes las contradicciones que superar.

1. Desafíos y respuestas desde la economía social y solidaria

a) El trabajo y la producción: continuar creando otros modelos de empresa

La empresa es la célula clave del funcionamiento económico y cultural de la sociedad. El espacio donde la lógica económica capitalista del beneficio a cualquier precio y a costa de lo que sea se fusiona con la cultura del consumir sin más límite que el poder adquisitivo de cada cual. Así pues, si la empresa es la forma organizada de satisfacer las necesidades de la población, no se puede

cambiar la sociedad a favor de las mayorías sin cambiar el tipo de empresas existentes.

Actualmente la rentabilidad de las empresas se entiende estrictamente en términos financieros: se interpreta unilateralmente que una empresa es viable si la actividad que realiza genera beneficios financieros al final del ejercicio, independientemente de que lo que produzca sea necesario o no, despilfarre recursos naturales limitados difícilmente renovables, elimine mano de obra que no se recoloca en otras actividades, contamine el suelo, el agua y la atmósfera, expolpe la naturaleza, perjudique la salud de la población o genere un consumo innecesario.

Frente a ello, necesitamos empresas donde se contemple la rentabilidad integral: económica, social, ecológica y humana. Esto implica, además de generar beneficios económicos necesarios para seguir subsistiendo, ahorrando e invirtiendo, tener también en cuenta todos los factores y elementos que intervienen en el proceso económico, desde la extracción de la materia prima y su transformación, hasta el consumo final. En

La rentabilidad de las empresas debe contemplarse de forma integral: económica, social, ecológica y humana



COMERCIO
JUSTO

COMERCIO
JUSTO

Foto: Jesús Caballero / SETEM

la actividad económica cabe la cooperación y las relaciones equitativas entre todas las partes y no el abuso de unas partes (o países) sobre las otras, de manera que una sola parte del proceso (por ejemplo, la distribución o comercialización) no puede apropiarse de la mayor parte del beneficio abusando de las demás.

Este modelo de empresas de rentabilidad integral lleva funcionando desde hace mucho tiempo, sigilosamente en los márgenes del sistema. Hoy toca multiplicarlas, hacer que sean rentables humana y socialmente, enfocadas al crecimiento de las personas y de toda la población, favoreciendo el desarrollo de las capacidades de las personas que producen y gestionan. Recuperando así el sentido social y humano del trabajo. Empresas que, a la hora de planificar su producción de bienes o servicios, tengan como prioridad la planificación para satisfacer las necesidades de toda la población, empezando por la más cercana en el territorio, produciendo aquello que es estrictamente necesario y no tanto para el mercado en general. Es decir, empresas productivas, no productivistas.

Producir con calidad ecológica y cuidando de los procesos naturales de renovación de la tierra para comer sano y cuidar de nuestra salud, evitando así la cantidad de tóxicos que contienen los productos que nos venden. Hay actividades que aparentemente no son rentables desde el enfoque financiero del beneficio inmediato a un solo empresario en particular, pero son necesarias y rentables social, cultural, ecológica y política-

mente para todas y todos. En resumen, empresas basadas en relaciones económicas justas y fraternales, al servicio de las necesidades de la población local, regional, nacional e internacional.

b) El consumo: ejercer nuestro enorme poder de compra de manera responsable y coherente

Es necesario decidir y planificar tanto la cantidad como la calidad de lo que vamos a consumir. Para planificar necesitamos decidir personalmente y en grupos lo que queremos consumir, organizándonos para asegurar que consumimos productos y servicios de calidad comprobada. Es decir, comer lo que queremos y no lo que nos impone el mercado.

Respecto a la cantidad, supone planificar lo que necesitamos realmente, evitando el gasto superfluo para ser menos dependientes económicamente. Y respecto a la calidad, se trata de consumir productos y servicios que repercutan en nuestra buena salud y calidad de vida y a un precio asequible. Es decir, decidirnos por aquellos productos y servicios que provengan de modos de producción respetuosos con el me-

Necesitamos recuperar el sentido social y humano del trabajo. Lo productivo frente al productivismo

Enfocar nuestras empresas y nuestro consumo bajo una perspectiva de mercado social

dio ambiente, procedentes preferentemente de la agricultura sostenible (ecológica, natural, campesina: la de toda la vida) y que generen el mínimo de envases y de publicidad, evitando así costes innecesarios.

Así podemos inventariar todo nuestro consumo para poder cuantificarlo y ubicarlo geográficamente, identificando a las y los productores para poder planificar juntos las satisfacciones de toda la población¹. Conseguir que nuestro consumo favorezca un tipo de producción y no otra, a través de su efecto arrastre retroactivo sobre el resto de la cadena de valor. Y hacerlo de manera participativa, desarrollando experiencias de producción y consumo donde participemos todas y todos. Eso significa enfocar nuestras empresas y nuestro consumo en una perspectiva de mercado social interno. Producir y comer de lo nuestro e intercambiar con otros planes de desarrollo para completar lo que nos falte. En el segundo apartado de este artículo veremos en qué se concreta esta apuesta de mercado social.

c) El desarrollo: lo local y el territorio como punto de partida

En este planeta, no hay almas sin cuerpo: todo lo que se crea debe tener un territorio donde asentarse, funcionar y desarrollarse. De ahí la apuesta de partir de la esfera local, municipal o comarcal como vértice articulador y aglutinador del desarrollo económico, social y humano de la población. Defender el territorio como cor-

tafuegos ante el aumento de la dependencia de intereses ajenos, como base a partir de la cual construir espacios comunitarios desde los que abordar los problemas colectivos. La solidaridad frente a la competencia, la sostenibilidad frente al crecimiento ilimitado, garantizando así el desarrollo de nuestra tierra y su población.

En esa misma línea, es muy importante fortalecer las alianzas campo-ciudad, acercando a productores y usuarios de bienes y servicios, de proyectos que pongan en práctica experiencias de otros tipos de economía, de agricultura y de consumo, gestando en común un modelo de desarrollo favorable para ambos y estableciendo alianzas con aquellas organizaciones que busquen objetivos comunes, procurando no duplicarnos. Y partir de estas alianzas y redes locales para sentar bases comarcales desde donde hacernos fuertes junto a otras iniciativas similares.

Lejos de cualquier tentación de repliegue local, este enfoque integra una evidente repercusión global. La defensa, por ejemplo, de la soberanía alimentaria contra los intereses de las multinacionales de la industria agroalimentaria no tiene fronteras. La invasión de los alimentos transgénicos, la reducción de la biodiversidad o la pérdida de control sobre nuestra alimentación en favor de intereses financieros es un reto compartido por todas las personas del Norte y del Sur.

d) La cooperación: conjugando lo local y lo global

Bajo el actual sistema económico capitalista globalizado, el celebrado crecimiento económico de unos países se traduce sistemáticamente en la exclusión de capas enteras de la población e, incluso, de otros países enteros. Este sistema de vasos comunicantes según el cual la subida de

1. Tómese como ejemplo la experiencia del Barrio Conjunto Palmeiras y Banco Palmas en Fortaleza (Brasil). Más información en www.slideshare.net/nicomeyer9/breve-presentacin-del-banco-palmas-fortaleza-brasil-parte-i

Fomentar la solidaridad y la cooperación como factores económicos

unos pocos se apoya en la bajada de otros muchos pone en claro entredicho el principio de que todos los pueblos podamos llegar al mismo objetivo y de que tal destino merezca la pena.

Lo global enfrentado a lo local es una globalización mal entendida. Una economía globalizada al servicio de la rentabilidad y de los intereses privados transnacionales difícilmente permite a las economías locales realizar sus propios planes de desarrollo. Inversamente, el desarrollo local no es desarrollo si al planificarlo no se contempla su dimensión global, si no integra una perspectiva más universal que asegure que el crecimiento local de unas personas o de unos pueblos no se realiza a costa de la precariedad de otros en otros lugares del mundo. Debemos pues estimular la interrelación entre iguales con otros territorios en el ámbito nacional e internacional, fomentando la solidaridad y la cooperación como factores económicos. Para ello, hay que reforzar las redes que articulen esa cooperación, a pesar de la hostilidad de la economía globalizada actual.

En cualquier caso, nuestra solidaridad no puede obnubilar nuestro sentido de la justicia: para que haya relaciones justas en nuestro comercio y en nuestra cooperación, debe haber también precios justos y mecanismos locales para defen-

La economía social y solidaria significa ponerse de pie, caminar contra las injusticias, participar y construir alternativas

derlos. Somos partes de un todo y lo que haga cualquiera de las partes repercute en los demás de una manera u otra. Los mismos criterios que utilizamos para nuestro mercado social territorial debemos utilizarlos en nuestras relaciones con otros países.

e) La economía, la política y la cultura

Necesitamos reapropiarnos de estas tres esferas fundamentales, en todas sus dimensiones y en todos nuestros territorios, como base para el desarrollo y las relaciones globales entre todos los pueblos. Lo que significa que la ciudadanía tiene que ejercitar su poder como tal, interviniendo conscientemente en la actividad económica, en el mercado, en la producción de bienes y servicios, en el consumo responsable de estos y en la gestión de los instrumentos financieros a nuestro servicio. Se trata de introducir valores diferentes a favor de la población y donde ésta, a su vez, se comprometa con la economía y la asuma de manera responsable.

Precisamos cambiar nuestros hábitos, nuestras actitudes, nuestra cultura, nuestras prácticas y nuestros métodos respecto al consumo, al uso del dinero, al concepto de trabajo y nuestra visión del desarrollo. Porque, en definitiva, la economía social y solidaria significa dejar de vivir “agachados” y “ponerse de pie” en la vida, para cambiar el injusto sistema económico actual y participar, junto con las y los demás, en la construcción de un planeta más saludable, al servicio de toda la humanidad.

2. El mercado social como concepto y como apuesta concreta

El concepto de “mercado social” o “mercado paralelo” del que comienza a oírse hablar cada vez más en distintos ámbitos cercanos a la economía social y solidaria, implica entender el mercado como un

Generar alianzas entre trabajo cooperativo, finanzas éticas, comercialización justa y consumo responsable en un mismo circuito económico

espacio de intercambio solidario que requiere la complicidad y colaboración de toda la ciudadanía consciente como primer núcleo desde el que ir incorporando progresivamente al resto de la población. Actualmente ya existen iniciativas de mercado social en varios lugares del territorio español, concebidas como “una red de producción, distribución y consumo de bienes y servicios que funciona con criterios éticos, democráticos, ecológicos y solidarios, constituida por empresas y entidades de la economía social y solidaria junto con consumidores y consumidoras individuales y colectivos. El objetivo es que esta red permita cubrir una parte significativa de las necesidades de sus participantes y desconectar la economía solidaria de la economía capitalista, tanto como sea posible”².

Desde un punto de vista conceptual y estratégico, el mercado social es un paso más hacia una planificación participada de la producción, decidiendo lo que es necesario consumir e implicándonos en el proceso completo, siendo socios de la producción, no solo meros agentes pasivos. Eso se concreta en alianzas entre actores, sectores e iniciativas complementarias que comparten principios y objetivos. En la práctica, supone, por un lado, favorecer la inversión de las y los vecinos y consumidores en las empresas que comparten estos fines y que ponen su actividad al servicio de la comunidad (finanzas éticas) y,

por otro, implica encauzar el enorme poder que tenemos como consumidores adquiriendo los bienes y servicios producidos por estas empresas (consumo responsable). Implicarnos y participar de la actividad económica, compartiendo responsablemente los riesgos derivados. Y hacerlo desde las distintas esferas que la componen: ya sean las finanzas éticas y el consumo responsable antes mencionados, la producción cooperativa o la comercialización justa.

Una de las ideas principales que subyace en las iniciativas de mercado social que están surgiendo actualmente en diversos puntos de la geografía española es la generación de recursos locales. Favorecer, siempre que sea posible, el consumo dentro de la red de entidades que conforman el mercado social, generando así ingresos y nuevos recursos a nivel local que destinar a consolidar progresivamente estos otros modelos de empresas y circuitos comerciales y de consumo alternativos. En paralelo, precisamos fortalecer nuestros propios instrumentos financieros éticos y solidarios, cuyas primeras experiencias ya están en marcha, para cubrir las necesidades de financiación de nuestros mercados sociales de bienes y servicios.

De esta forma, el mercado social busca ir generando pequeños pilares de autosuficiencia económica, de autonomía, por pequeños que estos sean, a modo de dique de contención para defendernos de las agresiones de las empresas transnacionales. Procesos integrados que pasen lo menos posible por un mercado controlado por intereses ajenos a los de la población. Desarrollar tejido de economía social y solidaria, gestionar de otra manera, con otro enfoque, nuestros propios recursos, nuestra parcela productiva y económica. Ahora mismo no importa tanto el volumen como el enfoque³, la perspectiva, la garantía de la no dependencia para su funcionamiento básico.

2. Para conocer más sobre el funcionamiento del Mercado Social en cada territorio: www.konsumoresponsable.coop/mercado-social

3. Si bien, dicho volumen es ya bastante considerable, representando varios millones de euros

Ahora mismo no importa tanto el volumen como el enfoque alternativo

Todo lo anterior pasa por generar alianzas estratégicas entre las y los productores, entre las y los usuarios de los bienes y servicios que producen los primeros, y entre ambos grupos. Acercar e integrar trabajo, producción, comercio, finanzas y consumo. Es decir, generar mercado social en cada territorio.

3. Una invitación a caminar juntos y juntas

En todo este enfoque anteriormente expuesto resulta imprescindible contemplar su dimensión global, la apuesta subyacente por reforzar y completar la armonía que debe haber entre el yo (cada persona), el nosotros/as (lo colectivo) y los/las demás (la humanidad entera). Significa situar la cooperación como un indicador clave del nivel de autenticidad de nuestra forma de entender la economía, la política y la cultura.

Algunas personas ya hemos empezado, con nuestros humildes medios, a recorrer este camino. Invitamos al resto a participar de las mismas esperanzas e inquietudes para hacer posible estos sueños, esta transformación a mejor, este proceso que se va construyendo entre todas las personas conscientes y solidarias, generando tejido social y económico, articulándonos en redes para planificar alternativas juntas.

No podemos afirmar que exista hoy otro modelo alternativo completo que pueda sustituir al modelo actual de funcionamiento de la economía, ya que tendría que haber también otra población, capaz de analizar, pensar, actuar, organizarse, rechazar lo que hay y crear alternativas diferentes, y ese no es el caso por ahora.

Por eso proponemos a todas las personas de las ciudades, los pueblos y las aldeas, empezando por las más conscientes, que se unan y se organicen en sus territorios, como quieran, con quien quieran y donde quieran, pero que se organicen y construyan una sociedad a la medida del ser humano. Aspiramos a ser más, mucho más que meros consumidores, votantes y contribuyentes, que es otra forma de ser meros súbditos, simples factores estadísticos y contables.

Se trata aquí de recuperar nuestro papel como sujetos protagonistas, conscientes de las decisiones que tomamos, para que estas respondan al interés colectivo y dejemos de ser prisioneros de una espiral insaciable de consumo que solo beneficia a un reducido grupo de personas que controlan el mercado y las finanzas.

La respuesta a estas cuestiones se llama economía social y solidaria. En la práctica, significa introducir en la economía y en nuestras actividades cotidianas los principios de democracia, participación, respeto, equidad, cooperación, intercambio, solidaridad, justicia, transparencia y legalidad. Trabajar, consumir, ahorrar e invertir bajo este nuevo prisma. Todos estos pequeños actos, gestos y hechos son constitutivos de cambios culturales más profundos que transforman a las personas, estimulándolas a hacer cosas junto a otras, codo con codo.

En definitiva, la economía social y solidaria es la intervención consciente de la ciudadanía en la actividad económica, en el mercado, en la producción de los bienes y servicios. Supone poner en práctica otras formas de ejercer la participación para hacer posible una democracia real, es decir: la autogestión. Al fin y al cabo, detrás de todo esto hay una elección entre autogestión y dignidad, por un lado, o dependencia y sumisión, por el otro. Nosotros y nosotras escogemos la autogestión como filosofía, como proceso, como estrategia y como método de trabajo. ●