



Intercooperar fins a crear mercats socials

Jordi Garcia

En aquests moments, l'economia solidària ja es troba present en totes les fases del cicle econòmic. En la producció, mitjançant cooperatives agràries, del mar, de treball associat, societats laborals, entitats d'acció social, xarxes d'intercanvi, etc. En la comercialització o distribució, mitjançant cooperatives de consum i grups de compra col·lectiva, cooperatives de serveis, botigues de comerç just, botigues de segona mà, mercats locals, fires d'intercanvi, etc. En el consum, mitjançant la pràctica del consum responsable per part dels agents econòmics (persones, empreses, entitats i administracions), que rescaten la figura del ciutadà per sobre de Primer de tot, intercooperar significa una cosa tan bàsica com comprar-se mútuament, una activitat comercial no sempre practicada per les empreses que conformen el sector; dit d'una altra manera, es tracta de procurar escollir com a proveïdora, tant com sigui possible, una empresa de l'economia solidària. Un segon esglaió de la intercooperació consisteix a crear nous projectes socioeconòmics en la producció, la comercialització i el crèdit compartint excedents i recursos mitjançant cooperatives de segon grau, grups

la del comprador. Finalment, en el crèdit, a través de les finances ètiques i solidàries: cooperatives de crèdit, seccions de crèdit de les cooperatives agràries, cooperatives de serveis financers, títols participatius, bons solidaris, monedes socials, etc. Però, com apunta Boaventura de S. Santos, "l'èxit de les alternatives de producció depèn de la seva inserció en xarxes de col·laboració i de suport mutu". Efectivament, les iniciatives de l'economia solidària necessiten cooperar entre si per ser visibles i desenvolupar-se enmig d'uns mercats cada vegada més grans i més desregulats.

cooperatius i altres estructures, formals o informals, d'intercooperació. Hi ha moltes iniciatives d'aquest tipus, sovint, a més, orientades precisament a cobrir els punts febles del sector, com ara els problemes de finançament o de formació. Però, a més de les relacions de cooperació entre diverses entitats d'economia solidària, una estratègia de multiplicació de les relacions d'intercooperació pot fer que aquestes assoleixin una densitat tan important que la major part dels actes econòmics del sector acabin fent-se en el seu si. Aleshores, hauríem pujat un esglaió

més en la intercooperació i estariem construint ja un mercat social. En efecte, a mesura que aquestes pràctiques d'intercooperació, tant des de les empreses solidàries com des dels seus membres, es multipliquin, s'integrin en circuits de producció-comercialització-consum-crèdit i es completin els buits productius promovent el sorgiment de noves empreses de l'economia solidària mitjançant, entre altres instruments, del seu finançament a través de l'ús d'excedents compartits, s'anirà tramant un dens eixam de relacions econòmiques, que conformaran un mercat paral·lel al

La construcció de mercats socials constitueix un objectiu que ja no és de nivell cel·lular o micro (la cooperativa, el consumidor responsable ...), sinó meso; dotat, per tant, d'una escala i d'una certa

capitalista, un mercat social. Per mercat social podem entendre una xarxa estable d'intercanvi de béns i serveis (un mercat), els nodes de la qual serien les empreses solidàries i els consumidors i estalviadors responsables (persones, entitats, empreses i institucions) i els seus fluxos, els intercanvis regulars de béns i serveis en un territori determinat, produïts amb criteris democràtics, equitatius, ecològics i solidaris, que permetessin cobrir una part significativa de les necessitats dels nodes, desconnectant parcialment de l'economia capitalista.

complexitat. Crear mercats socials en el si de la societat capitalista podria representar per al postcapitalisme el que van suposar les repúbliques urbanes durant l'edat mitjana per al naixement del capitalisme.

