

2ª Semana de Mercados Sociales del Sur. Espacio de encuentro, debate y coordinación entre proyectos de Economía Social. Mesas redondas, taller de productoras, concurso de tapas. Aprovechamos esta cita para reflexionar con Luis, Javier y Eduardo, miembros de La Tejedora y promotores del encuentro, sobre este tipo de iniciativas y el entramado político, social y económico en que se insertan.

Por **Blanca Crespo Arnold**

¿Qué son los Mercados Sociales del Sur y cuáles son las principales líneas y retos?

Los Mercados Sociales del Sur son una apuesta por la transformación social a través de un Consumo Responsable. Este proyecto sigue siendo de momento una idea, como un paraguas bajo el que se están coordinando una serie de proyectos de economía social y solidaria, que combina espacios de consumo crítico de bienes y servicios (con criterios éticos, democráticos, locales, agroecológicos y sociales) y espacios de encuentro desde abajo, abiertos a personas y colectivos.

El primer reto es la consolidación de los proyectos desde el punto de vista económico y de autogestión; el segundo es profundizar formas de intercooperación entre proyectos muy diversos en un territorio extenso como Andalucía y la coordinación y participación en redes más allá de nuestra tierra.

¿Cómo os relacionáis con otros proyectos de economía alternativa y solidaria y de mercados sociales? ¿Contáis con moneda social propia?

Actualmente nos estamos mirando más entre nosotras que hacia fuera, ya que el volumen de trabajo nos impide muchas veces ir más allá. Pero vemos con mucha ilusión la aparición de tantas iniciativas de economía social y solidaria.

Nos relacionamos con otras redes a través de muchas organizaciones que son motoras de los mercados sociales del Sur y que también son impulsoras de Coop57 Andalucía o Fiare. Las herramientas financieras son fundamentales para poder crecer y consolidarnos. Son proyectos con un potencial increíble y un desarrollo frenético en muchos casos.

No contamos con moneda social, es un debate que cada Mercado tiene en su municipio. Estas monedas tienen sentido en lo local y la dimensión andaluza es mucho más compleja.

En el contexto actual de crisis, ¿se trata de una respuesta de supervivencia? ¿Qué relación guarda con el auge de discursos fomentando el emprendimiento que encontramos en voces gubernamentales y de grandes empresas?

No sólo es una respuesta de supervivencia, es más una demostración de que podemos trabajar de forma democrática en el ámbito económico, evitando la explotación de las personas y del medio.

Guarda relación con discursos de la autogestión y la transformación social, de lo común y la solidaridad. Creemos en el emprendimiento social, que es todo lo contrario a la idea individualista de emprendimiento que está tanto de moda y que pretende culpabilizar a las personas individualmente del "éxito" o "fracaso" en la vida. Pretenden trasladar la responsabilidad de las instituciones y los poderes económicos cuando lo obvio es lo contrario.

Propuestas como éstas están teniendo cada vez más respaldo social, sin embargo siguen siendo una opción desconocida para un amplio sector de la población. ¿Os planteáis algún tipo de estrategia para superar esta barrera?

La organización de esta semana es una de nuestras maneras de darnos a conocer, al igual que la intervención en otros frentes como la universidad o los institutos.

En todo caso, el principal canal de comunicación que nos permite romper esta barrera es el boca a boca, en el caso de Córdoba ya somos 200 socias, una base social cada vez más amplia y diversa que nos facilita llegar a lugares que antes eran impensables.

La principal barrera que encontramos y que intentamos romper es la idea de que son espacios de consumo elitista como ha pasado tantas veces con las tiendas de comercio justo y agroecológico. Para nosotras el precio es un criterio importante a la hora de incorporar productos y servicios, queremos ser accesibles, sobretodo en un momento como éste.

Entonces, ¿se trata de una alternativa frente a los comercios convencionales y las grandes cadenas de distribución y consumo?

Por algún lugar hay que romper con las lógicas de producción, distribución y consumo que nos tienen sumidos en esta crisis, que empobrecen a una mayoría de la población y nos someten a la avaricia de una minoría. En ocasiones los precios son superiores, pero respecto a eso nuestra postura es la de consumir menos, pero de forma más social y consciente.

El Mercado Social es una de tantas iniciativas, jóvenes y no tan jóvenes, que creemos que contribuyen a mostrar que se pueden hacer las cosas de otra manera, de forma democrática, y que es posible un consumo consciente e informado donde prime la intercooperación y la sostenibilidad ambiental y social.

Etiquetas:

[mercado social](#), [Andalucía](#), [Consumo Responsable](#), [redes](#), [alternativas](#)