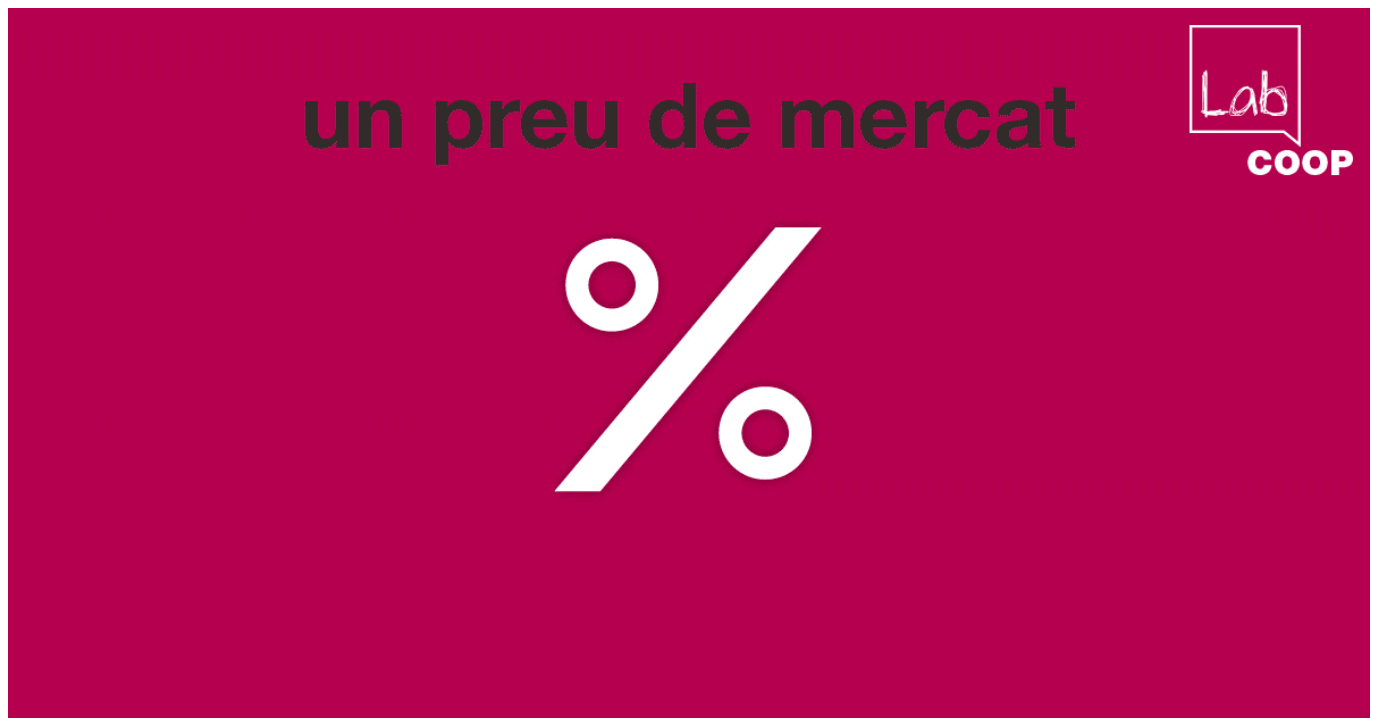


Maleït mercat

Alba Gómez Gabriel / @Alba_gig



“La felicitat no és fer el que es vol, sinó voler el que es fa”

Qualsevol projecte d'emprenedoria té dues cases. La primera és la casa productiva, el lloc on neixen el treball i els serveis i els productes a punt de ser consumits. La segona és la casa reproductiva, un espai sovint invisible que acull les cures, la salut i el benestar de les treballadores, on arregen els afectes i els valors compartits. Moltes vegades, la casa productiva fa ombra a la llar reproductiva i esclaten les contradiccions. Què és un preu just? Com podem cooperar sense competir? **És possible tenir cura de les persones i de l'entorn però, al mateix temps, produir prou per sobreviure?**

A continuació hem volgut conèixer com es viuen les tensions entre el desig i la pràctica quotidiana dins d'alguns projectes d'emprenedoria col·lectiva. Hem conversat amb socis de quatre cooperatives que, a més d'obrir-nos de bat a bat les portes de les seves dues cases, s'han avingut a compartir les seves pràctiques per desafiar les lògiques mercantils del capitalisme.

Un preu de mercat o un preu just?

“Les cooperatives hem d'acabar operant dins el mercat, però cal recordar que el mercat és molt més antic que el sistema capitalista. El que passa és que el capitalisme hi ha afegit agressivitat”, afirma **Jordi Valls**, expert en emprenedoria d'[Hobest](#) i de la cooperativa [LabCoop](#). Segons ell, el primer que poden fer els projectes inspirats en l'economia solidària i forçats a bregar en un mercat capitalista per ser coherents és reconèixer que hi ha una tensió entre els principis i l'entorn. “Si fem explícites les contradiccions, les podem convertir en un repte en lloc de convertir-les en un problema”, proposa Valls.

Ara bé, quines són aquestes contradiccions? Definir un preu just, però suficient per sobreviure, per exemple, n'és una. “Per a nosaltres, el preu just té en compte els treballadors i treballadores que hi ha darrere d'un encàrrec i valora la importància de mantenir llocs de feina dignes”, explica **Miguel**

Moreno, de la jove cooperativa [Looky Produccions](#). Aquesta productora de continguts té l'objectiu que tothom pugui comunicar amb audiovisuals de qualitat i ha de fer front, en paraules dels seus socis, a la precarietat d'un sector molt atomitzat en 'freelancers'. "Ens sembla molt important ser transparents amb els nostres proveïdors i pagar-los sense extreure'ls una plusvàlua que creiem que no ens pertoca", manifesta Moreno.

Els cooperativistes **Pere Nadal** i **Carlos Juan**, artífexs de la productora especialitzada en direcció de fotografia [Bruna](#), comparteixen aquesta visió. "A diferència de les grans productores, a Bruna sempre hem pagat a les persones col·laboradores els mateixos preus que cobrem nosaltres", expliquen els realitzadors. Però, quan reflexionen sobre la coherència del seu projecte, reconeixen que un dels reptes pendents és treballar només amb els clients que voldrien: "Tenim un producte car, que requereix una infraestructura i un equip gran, i, si volem posar en valor la feina i les condicions de l'equip, moltes entitats de l'economia solidària no ho poden pagar". **Com que no es poden encasellar en projectes de baix pressupost, en Pere i en Carlos admeten que, per sobreviure, a vegades han de treballar per a clients més grans, amb els quals no comparteixen valors.**

Els socis de Looky Produccions i de Bruna fa poc temps que avancen, com funambulistes, a cavall entre la competitivitat del seu sector i els valors que els fan diferents de les grans productores. De la mateixa manera, la dotzena de sòcies i les quatre treballadores que integren la cooperativa d'assegurances ètiques [Arc](#) també tenen molt clar allò que no poden perdre. "Fa més de 30 anys que el nostre projecte és una recerca continuada de sentit", relata un dels socis, **Alfonso Bolado**. "Anem establint fites de coherència. Per exemple, fa anys vam crear una cooperativa d'assegurances per a particulars amb l'objectiu que les consumidores exercissin el seu dret a consumir col·lectivament i de manera crítica i organitzada". Segons ell, ser coherents en un sector com l'assegurador, tan agressiu com la banca, ha ajudat a singularitzar la cooperativa, però també ha comportat dificultats: "Sovint hem quedat aïllats del sector, que no ha entès que la nostra proposta empresarial va més enllà de generar beneficis", comenta Bolado. I rebla: "Per equiparar els nostres preus en un mercat tan agressiu, hem hagut d'impulsar la compra col·lectiva i hem fet un sobreesforç per comunicar als clients que les assegurances ètiques no són només producte o preu, sinó també valors".

Una altra cooperativa que ha optat per transformar la seva relació amb el mercat, i ho ha fet des de la senzillesa, és l'[Esberla](#). Ha llançat el [portal de transparència](#) per explicar a les famílies que accedeixen al seu casal d'estiu tot el que s'amaga darrere de la quota que paguen. "Davant l'impuls competitiu, és clau explicar el valor afegit de la nostra feina, allò que altres empreses no tenen en compte com, per exemple, si paguem per sobre del conveni o si invertim els beneficis en projectes transformadors", explica **Jordi Valls**.

Competir o cooperar?

En un mercat molt basat en la competitivitat, els projectes de base cooperativa opten sovint per intercooperar. Per aquest camí poden arribar a llocs on, individualment, no arribarien. **Quan dos o més projectes cooperen, han d'estar disposats a mesclar-se, a agitar-se, a escollir i a combinar elements com si preparessin un còctel.** És un procés creatiu que, en funció dels ingredients -el temps, la relació entre els projectes, la situació del mercat, etc.-, pot donar fruits d'intensitats diverses. "Des de Bruna hem començat a parlar amb productores de l'economia solidària per evitar competir entre nosaltres. De moment, hem compartit preus i hem fet una llista dels nostres materials per poder-nos-els prestar", expliquen en Pere i en Carlos. I matisen: "Ens agradaria acabar fent projectes conjunts en què cada cooperativa aportés la seva especialització en fotografia, guió, so...". Un objectiu semblant va unir ara fa quatre anys un conjunt de cooperatives expertes en empenedoria que compartien espai a la seu del [Grup Ecos](#). Hobest, [Calidoscoop](#),

[Etcèteres](#) i [L'Apòstrof](#) van decidir que crearien un laboratori per sumar les habilitats i impulsar projectes col·lectivament. “En lloc de fer-nos la competència, ara podem fer projectes molt més interessants i pluridisciplinaris”, reconeix Jordi Valls.

La cooperativa d'assegurances Arç també ha buscat maneres creatives d'intercooperar al llarg de la seva trajectòria. “A l'Estat espanyol hem posat en marxa la marca [CAES](#), juntament amb la corredoria Seryes, perquè estem convençudes que, per estendre l'assegurança com una eina mutualista i transformadora, no ho podem fer soles ni competint”, explica **Alfonso Bolado**. Aquesta corredoria ha practicat altres tipus de cooperació: “En el camp del consum crític, hem impulsat el projecte [MésOpcions](#) i també hem estat a l'origen de projectes que promouen l'empresa cooperativa com el Grup Ecos o [Fem Escala](#).” **Si de còctels n'hi ha d'intensos i forts, o de diluïts o vistosos, els resultats de la cooperació també poden ser molt variats.** A l'hora de vendre assegurances, Arç posa en marxa encara una darrera estratègia d'intercooperació: “Hem fet acords de col·laboració amb una seixantena de col·lectius de l'economia solidària i, mitjançant la venda de pòlisses, hem pogut aportar-los 60.000 euros en concepte de primes. És la nostra manera d'ajudar a consolidar el sector” afirma Bolado.

Si des de temps remots el diner era una eina d'intercanvi, amb el capitalisme moltes empreses només busquen acumular-lo, i la maximització dels beneficis acaba prevalent davant l'objectiu social. Hi ha casos, però, en què, gràcies a la cooperació, les empreses aconsegueixen defugir la lògica economicista del mercat: els intercanvis en espècie. “Algunes cooperatives, especialment quan comencen, promouen aquests trocs i així poden accedir a serveis que no podrien pagar amb diners”, apunta Jordi Valls.

Produir o cuidar-se?

Un dels motius que han fet les cooperatives més resilient davant les dificultats econòmiques és la capacitat d'imaginar mesures de conciliació interessants. [Un estudi](#) publicat recentment per la [Federació de Cooperatives de Treball de Catalunya \(FCTC\)](#) mostra un ventall de mesures com el **Pla bebè**, que ha posat en marxa la cooperativa [Fil a l'Agulla](#) i que permet que les sòcies embarassades esbossin la seva pròpia proposta de conciliació durant l'embaràs i els primers mesos de la criatura. Aquesta proposta es debat i s'aprova de manera col·lectiva. Una altra pràctica de conciliació interessant, premiada per l'Ajuntament de Barcelona, és la baixa de paternitat ampliada de la cooperativa [La Ciutat Invisible](#). Es tracta d'una baixa de dos mesos, que se sufraga amb fons propis de la cooperativa i que, [segons expliquen les sòcies](#), vol servir per ajudar a redistribuir les tasques durant la criança, però sobretot perquè la conciliació vagi més enllà de les tasques de cures tradicionalment associades a les dones.

La conciliació i les cures, doncs, no es restringeixen a les baixes de maternitat o a la flexibilitat horària, sinó que entenen que **les treballadores necessiten temps per cuidar els altres, per cuidar-se a elles mateixes, per realitzar les seves inquietuds i per implicar-se en projectes comunitaris**. Però també per participar en la presa de decisions durant el treball i per trencar els models jeràrquics i centralitzats, encara molt estesos. En [aquesta guia](#), elaborada per les entitats Pandora Mirabilia i Andaira, es recullen tota mena d'exemples d'empreses amb cultura conciliadora, que gestionen el temps laboral i la democràcia interna d'altres maneres.

Malgrat totes les mesures que els projectes d'emprenedoria social tenen a l'abast a l'hora de cuidar-se, resoldre el dilema entre produir prou per sobreviure però al mateix temps cuidar-se no és fàcil. De vegades, i [especialment quan un projecte neix](#), cal treballar moltes hores i subsistir amb sous precaris. “No podem oblidar que qualsevol col·lectiu [és un conjunt de subjectivitats](#). Un sou digne pot tenir un significat diferent per a cada persona, de la mateixa manera que el grau

d'autoexplotació o la capacitat de resistència", reflexiona **Jordi Valls**. I argumenta: "Hi ha qui se sent més explotat en una empresa on cobra més, però no pot prendre decisions, i també hi ha circumstàncies personals que pressionen més que d'altres".

Si una cosa és certa, però, és que cap projecte no pot sobreviure només dins la casa reproductiva. "La gent no viu només de valors i hi ha situacions econòmiques límit que ens han de fer actuar", afirma Valls. I conclou: "Quan un projecte deixa de ser viable, hem de fer prevaldre el nostre dret a abandonar-lo i a mirar més enllà, encara que [en seguim enamorats](#)". **Malgrat el dolor i la frustració, aquesta és també una pràctica de coherència que les emprenedores i cooperativistes tenen a l'abast.** Per sort, moltes vegades les dues cases també funcionen compassades i els projectes perduren, amb contradiccions, però emparats.