

El consum mai no ha estat tan transformador

Cesc Blanco

“El repte compartit és que cada vegada més persones puguin satisfer les seves necessitats fora del mercat capitalista”. Açò deia, en [un article](#) del diari ‘Jornada’ Laia Tresserra, directora de la revista ‘Opcions’, una cooperativa que des de fa 17 anys difon i impulsa el consum conscient, la sostenibilitat i la justícia social. Davant d’açò, diverses entitats han pres la decisió d’integrar les persones consumidores en la seua estructura orgànica creant cooperatives de consum i a més involucrant-les d’una manera continuada i real en el procés de decisió. Així se cerca potenciar una xarxa estable i ferma de persones que aposten pel consum dins els paràmetres de l’Economia Social i Solidària (ESS). **Tanmateix, aquest model presenta reptes a superar i també potencialitats que, amb la guia de Laia Tresserra, explorem tot seguit.**

Cal ampliar la base, implicar-la i augmentar l’oferta

Quant als reptes, el primer punt on s’ha de treballar, segons la directora d’Opcions, és en una **“implicació real de la base de sòcies de consum”**. És a dir, seguir les xarxes socials d’una marca, rebre el seu butlletí o contestar una enquesta a l’any no crea un model de consum diferent del que fan moltes empreses capitalistes. El paradigma passa per implicar el socis consumidors en els processos de decisió. [Som Energia](#) (cooperativa de consum d’energia verda) n’és un exemple: té molts grups locals de persones sòcies força actives.

La segona prioritat per Laia Tresserra és fer arribar el model de consum conscient a capes de la població més àmplies. “Els consumidors ens podem associar, informar i denunciar”, en una [entrevista](#) al ‘Diari de Terrassa’ la cooperativista apel·lava a la mobilització de la consumidora. Però també considera que, des del punt de vista de les entitats de l’ESS, és necessari guanyar visibilitat i explorar formats cooperatius d’escala més gran sense oblidar els valors transformadors de l’ESS. De nou, uns bons exemples serien Som Energia i [Som Connexió](#) (cooperativa de telecomunicacions sostenible i solidària), amb 55.500 i 4.500 sòcies respectivament. Però no només cal millorar l’abast quantitatiu d’aquest tipus de consum. També cal treballar per diversificar el perfil de les persones que troben en el consum col·lectiu una manera de satisfer les seves necessitats.

En tercer lloc, **cal consolidar una oferta variada en tots els àmbits de consum.** Laia considera que és precís “ampliar les possibilitats del consum més enllà del mercat social, potenciant cooperatives de consum orientades a un consum no vinculat a la compra, sinó a l’accés a l’ús i l’intercanvi de béns o coneixements”. Un d’aquests models seria la masoveria urbana que promou la cooperativa d’habitatge [Sostre Cívic](#).

El poder de polititzar el consum

Pel que fa a les potencialitats d’unes sòcies consumidores implicades en les cooperatives, la primera és ben òbvia per a la coordinadora d’Opcions: “Qualsevol consum cooperatiu ens allunya del mercat capitalista, ja les cooperatives impliquen la propietat col·lectiva de l’empresa, sense que el capital individual condicioni la capacitat d’incidir en la presa de decisions. A més, moltes no tenen afany de lucre i totes les persones sòcies poden participar als òrgans de decisió”. Així doncs, des del punt de vista de la persona consumidora, “cal reivindicar la necessitat de polititzar el consum i establir prioritats i mínims de manera col·lectiva. Una manera d’avançar en aquest sentit és col·lectivitzar els nostres consums”, reivindicava Laia Tresserra a l’article de Jornada.

El segon avantatge tant pels cooperativistes com per les persones sòcies és que amb aquests models es creen espais de conscienciació política i d'apoderament ciutadà. "Si volem multiplicar l'efecte positiu del nostre consum, busquem maneres de satisfer les nostres necessitats de forma col·lectiva. Arranquem el nostre consum del mercat capitalista i portem-lo cap a la comunitat i cap a iniciatives compromeses amb el territori i la sostenibilitat, com ara tot l'univers d'entitats vinculades a l'ESS", encoratjava la cooperativista en una [entrevista](#) de La Mostra de Cinebaix. Açò, alhora, pot fer més fàcil que sorgeixen nous projectes i que s'articulen accions col·lectives, reblava.

Com s'ha exposat, aquest model de cooperativisme on s'impliquen les sòcies i socis de consum és actualment una realitat i a dins seu existeixen, a més dels exemples que s'han esmentat a l'article (Opcions, Som Connexió, Som Energia i Sostre Cívic), un àmplia realitat: [Som Mobilitat](#) (cooperativa de mobilitat verda i sostenible), [COS](#) (cooperativa i mutualitat de salut), [Van Woow](#) (Plataforma col·laborativa per un turisme responsable), [FoodCoop Barcelona](#) (supermercat cooperatiu), [L'Economat Social](#) (economat cooperatiu i ecològic), [Queviure](#) (distribuïdora cooperativa de consum responsable), etc. Aquest paradigma, però, no està exempt de limitacions, com s'ha mostrat més amunt. No obstant això, Laia Tresserra se'n mostra una ferma defensora: **"La participació en cooperatives de consum és un multiplicador de l'impacte de les nostres decisions de consum conscient particulars"**.