

Mercado Social: construir y experimentar proyectos económicos alternativos

Sabemos que existen desde hace mucho tiempo empresas, organizaciones y grupos diversos que funcionan con otras lógicas a la capitalista. La principal dificultad que enfrentan es poner en práctica sus principios en un entorno económico inmoral que apenas deja cabida para comportamientos económicos éticos. ¿Sería posible unir todas esas prácticas en un espacio económico autorreferente, capaz de funcionar con cierta autonomía respecto a los mercados capitalistas? En este texto defendemos que sí y exploraremos las posibilidades, limitaciones y criterios que puede o debe tener ese espacio.

El capitalismo se ha revelado como un sistema económico incapaz de dar satisfacción y respuesta a las necesidades de las mayorías sociales. Es un sistema que, para mantener sus tasas de ganancia y de acumulación, no duda en desmontar derechos sociales y laborales, en expropiar al conjunto de la ciudadanía de recursos colectivos y en destruir territorios y ecosistemas. Para llevar esto a la práctica, el capitalismo necesita de agentes institucionales, empresas y personas concretas que apliquen, consciente o inconscientemente, voluntaria o involuntariamente, determinados valores, prácticas y procedimientos que permitan el objetivo de la acumulación.

En el otro lado del mercado, como consumidores, también se nos impone la fuerza de la publicidad, del desconocimiento, de las economías de escala, que nos impiden encontrar alternativas con las que mitigar nuestra desazón por tener que comprar (dar nuestro dinero, en definitiva) a los principales responsables del desastre, convirtiéndonos en piezas necesarias de la máquina de la destrucción.

Toño Hernández pertenece a la cooperativa Garúa, es miembro de Ecologistas en Acción y participa en la comisión gestora del Mercado Social de Madrid

Sabemos que existen desde hace mucho tiempo empresas, organizaciones y grupos diversos que funcionan con otras lógicas: comercio justo, consumo responsable, finanzas éticas, grupos autogestionados de consumo, empresas de inserción social, etc., que en la actualidad se enfrentan a grandes dificultades. La principal, tener que enfrentar sus principios en un entorno económico inmoral que apenas deja cabida para comportamientos económicos éticos.

Surge entonces la pregunta de si será posible unir todas esas prácticas en un espacio económico autorreferente que sea capaz de funcionar con cierta autonomía respecto a los mercados capitalistas. La respuesta es claramente que sí, puesto que ya hay experiencias en este sentido, pero conviene explorar las posibilidades, limitaciones y criterios que puede o debe tener ese espacio; y, en concreto, el llamado Mercado Social¹ que diferentes organizaciones estamos construyendo en el Estado español.²

De dónde viene el Mercado Social

Hace ya varios años se vienen planteando desde el cooperativismo real reflexiones sobre la necesaria inter-cooperación y sobre la conveniencia de desarrollar redes económicas que trasciendan la “pequeñez” de los proyectos individuales:

«Las cooperativas, en concreto, y las empresas sociales, en general, están abocadas a inter-cooperar entre ellas, creando redes de producción y creando una franja de consumidores intermedios y finales fieles, si no quieren caer en la sobreexplotación, la marginalidad, o siendo satélites (llegando a ser franquicias de las transnacionales, por ejemplo) o, bien, asimiladas, explícita o tácitamente, a la empresa capitalista».³

Particularmente, desde la Red de Economía Alternativa y Solidaria (REAS),⁴ aunque no solo, se están diseñando propuestas en ese sentido, tanto desde las diferentes secciones territoriales como de forma coordinada, que van dando resultados diversos aunque sinérgicos. En el ámbito de Madrid,⁵ en 2010 se produjo una confluencia entre diversas entidades: redes cooperativas como La Madeja, La Travesía y REAS Madrid; medios de comunicación como

1 Se puede ver la extensión actual (fase inicial), y potencialidad del proyecto, por las entidades implicadas, en <http://www.konsumoresponsable.coop/mercado-social>

2 Existen otras experiencias (ecoxarxas, cooperativas integrales...) que comparten la mayoría de principios y criterios pero que organizativamente se están estructurando de otras maneras, respondiendo a otras realidades o maneras de plantear las redes. En ocasiones, las mismas personas y entidades participan en varios de los proyectos. Nos parece muy necesario explorar vías diferentes.

3 «Objetivo: mercado social». Jordi García, 2009.

4 <http://www.economiasolidaria.org/>.

5 Este artículo se basa sobre todo en la experiencia en esta Comunidad, que es en la que ha participado el autor para promover el Mercado Social. Quisiera mencionar especialmente a Sandra Salsón y Fernando Sabin por sus aportaciones.

Diagonal y ConsumaResponsabilidad; entidades de finanzas éticas como Fiare y Coop57; centros sociales como El Patio Maravillas y La Piluka; o personas a título individual que participan en movimientos sociales.

Existía la conciencia clara de que todas esas experiencias, dispersas las unas de las otras, difícilmente podrían presentar una propuesta alternativa real. Era necesario que esas organizaciones tomaran conciencia de sus diferencias con la economía capitalista. Necesitábamos conocernos y reconocernos entre nosotras como afines en nuestros valores, principios y en nuestra crítica al modelo económico actual, aunque diversas y diferentes en nuestras prácticas. Y para todo eso, resultaba imprescindible ponernos en relación.

En ese proceso se han ido respondiendo las preguntas, inquietudes y deseos iniciales que nos planteábamos: ¿Qué pasaría si todas las pequeñas iniciativas que van en esa línea empezaran a coordinarse y organizarse en redes? ¿Qué pasaría si juntáramos recursos y esfuerzos para crecer y fortalecernos? ¿Qué pasaría si fuéramos capaces de construir un circuito económico único, compartido y coherente con esos valores que compartimos? La respuesta a la que llegamos fue que podríamos tener un *mercado alternativo*.

Un mercado con valores y prácticas radicalmente diferentes

Conviene referirnos a algunas características de la empresa o del *homo economicus* capitalista que nos resultan esencialmente rechazables, y de los necesarios contravalores positivos a plantear cuando hablamos de construir una economía alternativa.

En primer lugar, tenemos el egoísmo. Ya sea este individual o corporativo es el principal mito capitalista inoculado en la conciencia social para justificar la competencia, la lucha a muerte con las otras empresas, que el pez grande (mas eficiente) se coma al más chico, para justificar, en definitiva, un mercado lleno de cadáveres en el que sólo sobrevive el más fuerte y poderoso. Un mercado social alternativo al capitalismo debe rechazar de plano este criterio y sustituirlo por la cooperación, una estrategia que ha sido mucho más importante a lo largo de la historia, tanto para el desarrollo de la vida como de la propia especie humana. Cooperación que no significa ignorar las diferencias, la necesidad de aumentar la eficiencia, de mejorar productividades, de premiar de alguna manera a quienes mejor hacen las cosas. Pero que significa sobre todo ayudar, esperar y empujar a quien va más lento y tiene más dificultades. Estrategias (compartir, complementar, repartir trabajo...) que ya se utilizan, utilizamos, en redes de empresas cooperativas, que no siempre es fácil aplicar y menos en contextos de crisis y actuando dentro del mercado capitalista, pero que sin duda están dando mejores resultados que el ir cada cual por su lado.

Un segundo elemento es el afán de lucro; el enriquecimiento personal y la acumulación se nos presentan como el gran motor o aliciente para hacer crecer la economía, la riqueza y el bienestar. Sin embargo, lo que realmente ha conseguido es la concentración de la riqueza y el poder, la expropiación a la mayoría de los instrumentos básicos para la supervivencia y unas desigualdades sociales de magnitud nunca vistas en la historia. Frente a esto es posible situar, también hay ejemplos, modelos basados en los beneficios limitados, en la dedicación de los excedentes a otros menesteres (no hablamos del lavado de imagen corporativo de algunas fundaciones), de la autocontención personal y empresarial buscando un equilibrio entre la viabilidad económica y una buena vida.

**La “novedad” del Mercado Social es pretender extender
la coordinación política al ámbito económico y comercial,
ampliar alianzas intersectoriales, e introducir a los consumidores
como actores del proceso de regulación económica**

Como tercer punto tenemos que una empresa capitalista, y un gestor de la misma, solo debe mirar la cuenta de resultados, el “bien” de los accionistas; no puede ni debe hacer otra cosa, es un ente supuestamente amoral. Pero lo que eso oculta es la inmoralidad manifiesta en el hecho de no tener en cuenta las consecuencias de las acciones. A una empresa de la economía solidaria le preocupan las personas: los trabajadores propios y las personas que se ven afectadas por su actividad económica. Le preocupa el entorno natural y social en que se desenvuelve o al que afecta, y se pregunta o cuestiona cómo devolver, restituir o mejorar lo que ese entorno proporciona para el funcionamiento de la empresa. Esta no existe en el “vacío”, vive en un territorio, en un contexto y en un tiempo que debe ser tenido en consideración.

En cuarto lugar, observamos que la opacidad y el secretismo devienen en condiciones necesarias para la empresa capitalista. Conocimiento privado para presionar, especular o corromper, es lo que da ventaja en la loca carrera por destruir a los demás. Opacidad que hace de la ciudadanía y las personas trabajadoras sujetos pasivos e ignorantes del funcionamiento económico, de la toma de decisiones, del porvenir de sus empleos. La transparencia se convierte en una de las necesidades básicas para otro modelo económico: en las diferentes condiciones salariales, en las laborales, en las cuentas, en los objetivos. Las empresas tienen que dejar de ser “cajas negras” en la medida en que actúan e inciden sobre nuestra vida, nuestro entorno y nuestro futuro.

Hay que romper el mito del *laissez faire*, de la “mano invisible” que oculta inmensas desigualdades en el acceso a la información y al poder, que habla de mercados impersonales inexistentes. Hay que extender la luz a un mercado social que estará compuesto de rostros y territorios concretos y conocidos.

Por último, es inconcebible una empresa capitalista sin una estructura vertical y antidemocrática de mando. Mandar y decidir. Callar y obedecer. No pensar, no decidir sobre el sentido de nuestro trabajo, de la actividad de nuestra empresa. Cobrar y callar. Callar y trabajar. Trabajar auto-destruyéndonos y destruyendo el entorno. Empresas basadas en estas relaciones jerárquicas no pueden servir para vivir de otra manera, para tener otra economía. No se trata de eliminar cierta especialización, de entender los diferentes roles, de negar la división en el trabajo. Se trata de participación, de poder relacionarse en igualdad de condiciones, de poder conocer y opinar sobre el rumbo y las características de la empresa. Y no sólo de la “nuestra”, sino de todas las que repercuten sobre nuestras vidas.

¿Qué es el Mercado Social?

Decíamos al principio que, existir, existen numerosas entidades que cumplen muchos o algunos de los valores alternativos explicitados más arriba. También existen desde hace años redes que relacionan a muchas de ellas en un nivel más bien de coordinación política.⁶ La “novedad” del Mercado Social es pretender extender esta relación al ámbito económico y comercial, ampliando alianzas intersectoriales, e introduciendo a los consumidores como actores del proceso de regulación económica. Definimos este espacio económico como «una *red estable* de producción, distribución, financiación y consumo de bienes y servicios y de aprendizaje común que funciona con *criterios éticos, democráticos, ecológicos y solidarios*, constituida tanto por empresas y organizaciones sociales y solidarias, como por consumidores y consumidoras individuales y colectivos».

Esta red nos debería permitir cubrir una parte significativa de nuestras necesidades socioeconómicas, “desconectarnos” en un grado creciente de la economía dominante y experimentar nuevas formas de producir, consumir, invertir y vivir cualitativamente mejores. En la medida que seamos capaces de conformar esta red común, potenciaremos nuestras posibilidades de transformar la realidad socioeconómica. Vemos, por tanto, que supone algo más que una simple suma de añadidos empresariales (comercio justo, finanzas éticas) que buscara convertirse en un simple escaparate o “tienda” donde colocar productos que atraigan a algunos consumidores concienciados. Aunque no conviene menospreciar este riesgo, nuestro objetivo es construir un movimiento social en el ámbito económico con una clara perspectiva rupturista.

Es un reto, un gran reto. Somos conscientes de la dificultad de construir algo así, inmersos como estamos y sin posibilidad de evitarlo, dentro del mercado capitalista. Pero también sabemos que la burguesía se gestó y convivió con el orden anterior hasta hacerse

⁶ REAS, redes agroecológicas, redes cooperativas sectoriales, AERESS, entre otras.

hegemónica. Creemos que, igual que hay que disputar la hegemonía política, hay que disputar la hegemonía económica, con modestia, sin contraponer acciones en distintos ámbitos e incluso sin contraponer *per se* estrategias diversas de actuación a corto, medio y largo plazo. Mucho más en una situación de crisis y desmantelamiento de los servicios públicos como la actual, en la que resulta imprescindible dar respuesta a las necesidades cotidianas; será mejor intentarlo desde otras lógicas económicas.

Es necesario caminar en otra dirección y para ello el Mercado Social se plantea unos objetivos no demasiado complicados, basados en la idea del apoyo mutuo:

- Cada componente de la red se compromete a consumir el máximo dentro de ella.
- Cada componente de la red se compromete a producir el máximo para ella.
- Cada componente de la red contribuye a crear otras iniciativas vinculadas a ella, depositando ahorros y excedentes en instrumentos financieros de la red.

Poner en marcha estas sencillas reglas resulta más difícil y lento de lo deseable. Exige romper cierta inercia y comodidad a la que estamos acostumbrados. A las personas y organizaciones nos cuesta variar los hábitos cotidianos de funcionamiento. Es más, requiere incorporar nuevos conceptos mentales en nuestros actos económicos cotidianos que suponen complejizar los mecanismos de elección que ahora se basan mayoritariamente en el precio y en una vistosa presentación. Cambiar las rutinas y escoger nuevos proveedores, puede llegar a requerir cambios organizativos y sobre todo requiere, al menos al principio, de una mayor voluntad, compromiso y esfuerzo que la simple asunción teórica de querer cambiar el mundo.

Herramientas para la construcción del Mercado Social

Relacionado con esto, se plantea uno de los problemas más interesantes a resolver por un mercado alternativo extenso: ¿cómo garantizar que las empresas cumplen criterios no capitalistas?, ¿cómo puede la persona que consume saber que no está comprando a una empresa cualquiera?

La pieza clave para construir este mercado de la economía social es disponer de una herramienta de análisis, de auditoría o de certificación que permita evaluar, a través de una serie de indicadores, la adecuación de los principios con las prácticas reales. Todo esto entendido como un proceso flexible, desde el que se asume que no es posible cumplir todos los criterios planteados y que, por tanto, deben primar objetivos de mejora y cambio en los diferentes aspectos evaluados. Este tipo de asuntos ha sido resuelto en el mercado convencional con los sellos, marcas de calidad y mecanismos similares, que suelen estar

avalados por un organismo certificador. Aunque la idea puede ser parecida, desde el Mercado Social apostamos por una garantía “integral” que no deje espacio a “lavados de imagen” con actuaciones puntuales que esconden prácticas cotidianas vergonzosas.

Apostamos por un *sistema de certificación* que sea resultado de un proceso deliberativo, democrático y participado por las organizaciones y empresas proveedoras y por las personas y grupos consumidores. Un sistema de certificación que mida las aportaciones sociales de cada entidad y que también ayude a detectar las carencias y a formular objetivos de mejora; y que ayude a difundir con claridad la responsabilidad y el compromiso que asumen las entidades del mercado social. En esto ya hay acumulada bastante experiencia como para que resulte algo relativamente sencillo: el cuestionario de entrada a Coop57,⁷ el Balance Social de la Xarxa de Economía Solidaria de Cataluña,⁸ los procesos de Certificación Participativa en agroecología, la Matriz del Bien Común,⁹ son ejemplos de que es posible establecer sistemas de garantía y control que no estén en manos exclusivas de burócratas o *lobbies* empresariales.

La clave es la participación abierta y rotativa del mayor número de personas y entidades, aspecto que por otra parte daría respuesta a la gran carencia democrática de la empresa y economía capitalista. En este sentido la participación en las comisiones que se han formado o se formen en el futuro, estará abierta en todo momento para las personas y entidades que formen parte del *Mercado Social*. Igualmente se realizará una asamblea anual en la que se decidirán los aspectos más estratégicos de todo el proyecto.

Explorando con monedas complementarias

El otro gran paso que tiene que dar una propuesta de este tipo se refiere al control de la masa y los flujos monetarios; ¿es posible crear un mercado alternativo sin una moneda propia, sin depender de los vaivenes de la especulación financiera? Es decir, ¿es posible “independizarse” del euro? Obviamente esto es mucho más complicado que lo anterior y en este sentido no caemos en la ingenuidad. Diseñar o crear sistemas financieros extensos excede nuestras capacidades actuales y ni siquiera sabemos si sería ese el objetivo.

Lo que sí sabemos es que existen muchos modelos de monedas complementarias que están funcionando en entornos variados¹⁰ y que conviviendo con la moneda oficial, están

7 <http://www.coop57.coop>.

8 <http://www.xes.cat/pages/mscas.htm>.

9 <http://economia-del-bien-comun.org/>.

10 Algunos referentes son el Banco Palmas de Fortaleza, en Ceará, norte de Brasil, las Ithaca Hours en el estado de Nueva York, la red de Berkshires promovido por el instituto Schumacker, o Chiemgauer en Alemania, entre otros. Véase también: http://www.regiogeld.de/uploads/media/Herrmann2006_Cdl-MR-CdT.pdf.

permitiendo cierto grado de autonomía monetaria y una menor exposición a los riesgos de la economía especulativa. En estos sistemas, la “creación” de la moneda se realiza en el momento en que se produce una transacción comercial y una de las partes adquiere una deuda. Si *A* compra un producto o servicio a *B*, este tendrá un saldo *x* positivo y *A* tendrá ese mismo saldo *x* pero negativo. Lógicamente hace falta que exista una gran confianza entre los participantes y que la posibilidad de tener saldos negativos esté bastante controlada. Pero, en el fondo –recordemos que la moneda representa una deuda del emisor–, no deja de funcionar como la moneda oficial: es necesario que exista *confianza*, solo que en vez de *confiar* en el banco central que emite la moneda, se confía en las personas que conforman la red y en la capacidad de esta para limitar o absorber posibles disfuncionalidades a través de distintos procedimientos y limitaciones.

Luego las diferentes redes territoriales de confianza se relacionan entre sí, estableciendo entre ellas acuerdos, intercambios y flujos monetarios que permiten extender las posibilidades más allá de la propia red a la que se pertenece. Por tanto, también nos planteamos caminar por esa senda con prudencia. De hecho, en estos momentos, sólo el Mercado Social de Madrid¹¹ se ha lanzado a experimentar con una moneda propia. Tenemos dudas de lo que esto significará, pero sí la voluntad de que dicha moneda sólo juegue el papel de medio de intercambio, eliminando la posibilidad de que actúe como depósito de valor o riqueza ya que su acumulación no generará intereses, no será convertible a euros salvo excepciones, y por tanto sólo tendrá sentido circularla lo más posible.

Aspiramos a un aumento paulatino de los intercambios sólo en moneda social, pero de momento la convivencia y paridad con el euro se hace inevitable (quizá incluso deseable), y hasta cierto punto “ancla” y crea una gran dependencia respecto a las fluctuaciones del euro. No obstante, y viendo que esa dependencia sería absoluta sin la moneda social, creemos interesante conseguir cotas de autonomía por muy pequeñas que sean, ya que además nos permite aprender, experimentar y democratizar las dinámicas que se generan en los mercados con la moneda que se pone en circulación. Uno de los elementos más novedosos que incorpora nuestro sistema respecto a los utilizados en otras redes de intercambio, es la idea de aplicar, con cada compra, una bonificación en moneda social a los consumidores. Para los proveedores es como hacer un descuento que, cuando se ha recibido el pago en euros, “traslada” moneda del circuito oficial al alternativo.

Esto nos sirve para reforzar la autonomía del circuito, para alentar las operaciones dentro del mercado social y para generar flujos que permitan extender la operatividad del sistema y emprender nuevos proyectos económicos que respondan a necesidades no cubiertas dentro del mercado social. Esa bonificación o descuento en moneda social (que se parece mucho

¹¹ <http://www.konsumoresponsable.coop/mercado-social-madrid/como-funciona-la-moneda-social>.

a los programas de fidelización de clientes que tienen algunas grandes empresas), junto a la coexistencia con el euro, permite la incorporación paulatina al mercado social de empresas que están totalmente inmersas en el mercado ordinario; se hace más sencillo convivir de forma no traumática con otras expresiones económicas menos formales que encuentran en el mercado y en la moneda social una forma de acceder a espacios económicos más amables, o simplemente posibles, por regirse de otros criterios y tener menos exigencias formales innecesarias.

Aunque hemos hablado de otras opciones a futuro, sólo nos planteamos la existencia virtual de la moneda,¹² utilizando de momento para su registro aplicaciones informáticas ya existentes a nivel mundial por muchas redes de intercambio.¹³ No obstante, y replicando la experiencia de las Ecoxarxas, estamos promoviendo ferias puntuales en las que ponemos en circulación una moneda social física sólo válida para ese día. El objetivo es principalmente divulgativo: puede parecer absurdo tener que cambiar euros por moneda social para realizar una compra en la feria, pero se trata de informar y educar sobre otras lógicas, además de promover la participación de cada vez más gente y entidades en un proyecto de economía colectiva. Sin esta labor divulgativa estas ferias o mercadillos no serían muy diferentes de los que se realizan en la actualidad. Tampoco descartamos a medio plazo encontrar formas de vincular los intercambios en las ferias con la dinámica cotidiana de la moneda social.

Para garantizar la “legalidad” de todas las actividades se está creando una cooperativa de servicios de la que formen parte las redes territoriales, algunas cooperativas transversales de ámbito estatal y algunas organizaciones sociales estatales. El modelo legal cooperativo permite muchas posibilidades para integrar también a las personas individuales en actividades económicas que se realicen dentro del ámbito de la cooperativa.

Lo deseable es posible, si lo intentamos

Nuestro sistema económico hace aguas por todas partes y se está llevando por delante muchos derechos, muchos servicios públicos y a muchas personas. Aun reconociendo como imprescindible la lucha y la resistencia frontal contra todas estas medidas, creemos que también es necesario, de forma complementaria y no antagónica, ir plasmando propuesta prácticas que ayuden a solventar las situaciones cotidianas.

12 La experiencia de Argentina tras el “corralito” trajo una explosión de monedas complementarias que llegó a aglutinar a millones de personas y poner en cuestión la necesidad de la moneda oficial. El que esas monedas se emitieran en papel posibilitó la falsificación masiva desde sectores del poder y la quiebra de muchas iniciativas.

13 En la web del “Community Exchange System” existen registradas más de 400 redes, de las que 60 corresponden a España. Aunque es verdad que los niveles de incidencia son muy diferentes, en Cataluña se calcula que hay más de 10.000 personas participando en las Ecoxarxas, con poco más de dos años de funcionamiento.

Aunque estas prácticas ya hacía tiempo que estaban en marcha, al calor del 15M se ha creado una “ambiente” mucho más favorable para extender otras formas de lucha y de estrategias con el fin de instituir una nueva hegemonía social, política y económica. Creemos que no podemos dejar el terreno de la construcción económica solamente en manos de empresarios o “emprendedores” que responden a la lógica capitalista. Ante una economía entrópica que disgrega las habilidades, los afectos, la naturaleza y la comunidad, podemos y debemos promover el reagrupamiento de ingentes “partículas” críticas, para favorecer la creación de nuevos órdenes económicos y no tener que enfrentarnos individualmente al injusto mercado capitalista.

Pensar nuevas formas de resistencia y construcción económica se convierte en una obligación para no seguir dejando en manos de una élite peligrosa los inmensos recursos generados por los y las trabajadoras. Hay que añadir nuevas fórmulas a las ya existentes en las luchas y estrategias por el poder. No se trata de que todo el mundo dedique sus esfuerzos a esta tarea, pero si que, con pequeños cambios en las costumbres, se promueva y facilite la consolidación de otros espacios de radicalidad económica.

Lo que estamos planteando no es nada novedoso. Lo hicieron en nuestro país, durante la República, el movimiento cooperativista y algunos sectores sindicales; en Latinoamérica los movimientos sociales han permitido su hegemonía política tras las recetas neoliberales que destruyeron sus países; lo hacen, en otras coordenadas ideológicas, los movimientos islamistas en su estrategia por alcanzar el poder, con muy buenos resultados.

Aunque con poco recorrido temporal, en nuestro país ya hay cientos de empresas e iniciativas económicas y decenas de miles de personas participando en la construcción de proyectos como el nuestro. No sabemos con seguridad en qué pueden derivar. Todo proyecto tiene sus riesgos y seguramente muchos más si se hace en el ámbito económico, puesto que confronta con unas prácticas y unas dinámicas que se han demostrado altamente inteligentes, resistentes y con capacidad de adaptación y asimilación de casi todo lo contestatario. Pero, en definitiva, como en cualquier otro proyecto, lo importante es tener bien definidos los objetivos y la dirección. También es necesario actuar con inteligencia, flexibilidad y buen hacer pero, sobre todo, ilusión y ganas para poner en marcha los esfuerzos individuales y colectivos para avanzar por caminos no trillados. Esto es lo que más necesitamos las personas, organizaciones y movimientos sociales que queremos construir un mundo mejor.