

¿Tenemos capital social en la Comunidad Valenciana?

José María Nácher *

En los últimos años se está consolidando una visión alternativa del análisis económico cuya última aportación es el concepto de *capital social*, entendido como la cantidad y calidad de las tramas asociativas, participativas y organizativas de una sociedad en su territorio. Estas investigaciones muestran que las relaciones estables con cualquier fin entre las personas que comparten un territorio afectan y pueden mejorar el rendimiento económico. En la Comunidad Valenciana (CV) existe ya un buen bagaje de análisis con este enfoque en busca de corroborar o no el argumento principal.

Así, por ejemplo, se sabe que el éxito internacional del *distrito* cerámico de Castellón no es independiente de la trama de relaciones informales y formales tejida en el propio terreno entre las empresas y sus proveedores, el Instituto de Tecnología Cerámica (del IMPIVA), la Universitat Jaume I y, en bastantes casos, las agencias de desarrollo local municipales (con Onda al frente), una construcción social que se orienta a satisfacer las necesidades de personas concretas en su tierra. Por otro lado, Benidorm, territorio del que hasta hace poco se hablaba mucho sabiendo casi nada, se ha inventado a sí mismo *queriendo* hacer de la trama de relaciones personales un factor de competitividad. Esta realidad organizativa excepcional reúne informal y formalmente a representantes de todos los ámbitos y posibilita ofertar experiencias de ocio completas y versátiles, lo que dota al destino de flexibilidad ante el cambio en los mercados sin excesivo menoscabo de su notable cohesión social. Los logros en estos dos casos son difícilmente repetibles en otros territorios porque el conocimiento y la confianza mutuos actualmente existentes entre la población se destilaron lentamente a lo largo de una historia de relaciones entre personas con nombres y apellidos.

También en Puçol se ha sabido utilizar la trama de relaciones informales entre parte de la población para impulsar una notable regeneración social y productiva, mientras que en Vall d'Uixó y Canals existen dificultades de regeneración tras las crisis de grandes empresas locales, que actuaron como *totems* y en torno a las que giraba casi toda la vida colectiva, precisamente a causa de la inercia acomodaticia en que el dominio mental de los *totem* ha sumido a la población a través de unos hábitos conservadores de asociación y participación en los ámbitos laborales y de ocio. Y es que la evidencia acumulada en la propia CV revela que no basta con que las personas hagan toda clase de cosas en común y en su tierra, ya sea tomar unas copas, tocar en la banda municipal de música,

encaramarse al techo de una alquería para evitar su derribo o participar en un aburrido foro para lograr un pacto territorial por el empleo. La clave parece estar más bien el hecho de que las tramas de relaciones entre quienes comparten un territorio propicien el germen y el transcurso de la creatividad individual y colectiva, cuya ejemplaridad social crece si sirve para solventar las necesidades comunes -el entarimado improvisado para el concierto de la banda, la guardería municipal, un programa sectorial de I+D+i- o para complementar entre sí las habilidades y negocios particulares -el dúo de flauta y oboe, alojamiento y ocio para el turista, las producciones del esmalte y el azulejo-.

La evidencia disponible sugiere que quizás en la CV podría dedicarse por ejemplo algún esfuerzo a evaluar si la extensa y densa trama asociativa valenciana en el plano festivo-cultural (agrupaciones musicales y comisiones *festeras* al frente), cuya competencia es aplaudida cuando se la conoce, puede o no convertirse en *capital social* y cómo. Sepan que en Cataluña sus habilidades de organización colectiva en este plano pueden estar detrás de sus éxitos en mercados masivos o selectos de la producción audiovisual (sin ir más lejos, el *hit* de *Operación Triunfo*). Es probable que la sociedad catalana se conozca mejor a sí misma, mientras aquí parecemos estar aún lejos de entender que el camino de la competitividad puede partir de la diferencia que marcan las relaciones personales entre las gentes de nuestros territorios que tomamos por económicamente banales.

* Professor del Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

Fitxer baixat de **<http://www.terracritica.org>**