

La moneda social, más afectiva que efectiva: sentipensando los territorios solidarios desde una IAC decolonial

The Social Currency, More Affective than Effective: Sentipensando Solidarity Territories from a Decolonial Communicative Action Research

A moeda social, mais afetiva do que efetiva: sentipensando os territórios solidários a partir de uma IAC decolonial

Erik González-Ibarra¹

Recibido: 13 de febrero de 2026

Aprobado: 10 de mayo de 2026

Publicado: 16 de julio de 2026

Cómo citar este artículo:

González-Ibarra, E. (2026). La moneda social, más afectiva que efectiva: sentipensando los territorios solidarios desde una IAC decolonial. *Cooperativismo & Desarrollo*, 34(135), 1-15.
doi: <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2026.02.08>

Artículo de reflexión. <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2026.02.08>

¹ Sentipensante Proyecto: Territorio Solidario

Correo electrónico: sentipensantecafe@gmail.com



Resumen

Este artículo presenta una reflexión académica y poética sobre la experiencia de la Naranjatón como arquetipo de intercambio solidario dentro del paradigma de la economía social y solidaria. A través del concepto de Moneda Afectiva Sentipensante (MAS), se analiza cómo las redes de confianza, la reciprocidad y el valor simbólico del alimento se configuran como fundamentos de una economía de la vida. Además, el texto combina aportes teóricos de autores como Coraggio (2011), Dussel (1998), Fals Borda (1987) y Ostrom (1990), con la narrativa popular del campesinado colombiano, proponiendo una visión de ruralidad global como horizonte ético y político. En estas páginas ofrecemos evidencia empírica del proceso (registro de prácticas, testimonios, movilización de redes y logística de acciones) y una fundamentación conceptual que dialoga con la teoría de la economía social, las experiencias de monedas complementarias y la filosofía de la liberación. Nuestro propósito no es solamente describir, sino demostrar cómo una práctica ancestral puede reconfigurar instrumentos contemporáneos de intercambio, y cómo esa reconfiguración impulsa la autonomía comunicativa y financiera en territorios rurales.

Palabras clave: Economía solidaria, moneda social, confianza, ruralidad global, reciprocidad, Sentipensante.

Abstract

This article presents an academic and poetic reflection on the "Naranjatón" experience as an archetype of solidarity-based exchange within the paradigm of the social and solidarity economy. Through the concept of "Affective-Sentipensante Currency" (MAS)—a term blending *sentir* (feeling) and *pensar* (thinking)—it analyzes how networks of trust, reciprocity, and the symbolic value of food form the foundations of an economy of life. Furthermore, the text combines theoretical contributions from authors such as Coraggio (2011), Dussel (1998), Fals Borda (1987), and Ostrom (1990) with the popular narratives of the Colombian peasantry, proposing a vision of "global rurality" as an ethical and political horizon. These pages offer empirical evidence of the process (records of practices, testimonials, network mobilization, and logistics) alongside a conceptual framework that engages with social economy theory, experiences with complementary currencies, and the philosophy of liberation. Our aim is not merely to describe, but to demonstrate how an ancestral practice can reshape contemporary exchange mechanisms and how that reconfiguration fosters communicative and financial autonomy in rural territories.

Keywords: Solidarity economy, social currency, trust, global rurality, reciprocity, Sentipensante.

Resumo

Este artigo apresenta uma reflexão acadêmica e poética sobre a experiência da Naranjatón como arquétipo de intercâmbio solidário dentro do paradigma da economia social e solidária. Por meio do conceito de Moeda Afectiva Sentipensante (MAS), analisa-se como as redes de confiança, a reciprocidade e o valor simbólico do alimento se configuram como fundamentos de uma economia da vida. Além disso, o texto combina contribuições teóricas de autores como Coraggio (2011), Dussel (1998), Fals Borda (1987), e Ostrom (1990) com a narrativa popular do campesinato colombiano, propondo uma visão de ruralidade global como horizonte ético e político. Nestas páginas, oferecemos evidências empíricas do processo (registro de práticas, depoimentos, mobilização de redes e logística de ações) e uma fundamentação conceitual que dialoga com a teoria da economia social, as experiências de moedas complementares e a filosofia da libertação. Nosso propósito não é apenas descrever, mas demonstrar como uma prática ancestral pode reconfigurar instrumentos contemporâneos de intercâmbio e como essa reconfiguração impulsiona a autonomia comunicativa e financeira em territórios rurais.

Palavras-chave: Economia solidária, moeda social, confiança, ruralidade global, reciprocidade, Sentipensante.

Introducción

En el marco de los 50 años de la Revista Cooperativismo & Desarrollo, presentamos una experiencia inédita de pensamiento que nace del barro y la palabra, de la raíz que se sabe semilla y no teoría: una investigación acción comunicativa (IAC) tejida desde la práctica viva del buen vivir campesino.

Este texto brota del proceso formativo del Diplomado en Coaching Estratégico de la Universidad Cooperativa de Colombia, en la estrategia Territorio Solidario, donde el sentir y el pensar se entrelazan con la acción y la palabra, dando vida a la Moneda Afectiva Sentipensante. Por consiguiente, esta introducción no es un prólogo académico escrito desde el escritorio, sino la invitación a una conversación que viene del territorio, de la vereda, siendo altavoz de quienes han hecho la práctica antes de darle nombre.

Aquí sistematizamos relatos, prácticas y saberes que han circulado en “la mano prestada”, en la minga, en el trueque y en la transmisión oral. Al entrar en la revista, no venimos a enseñar una técnica estructurada, sino a legitimar una epistemología proveniente de la ruralidad global. Ese lugar que no es geográfico, sino relacional, donde la acción comunica y la palabra produce. De este modo, este trabajo es, además, un acto editorial de restitución: devolver a la academia el pensamiento vivo que la tierra produce, porque investigar con el pueblo, como proponía Fals Borda (1987), es transformar el conocimiento en poder popular.

Desde donde la montaña se levanta como cátedra y la semilla dicta su propio tiempo, se gestan los lenguajes naturales de la economía. Allí, en la vereda San José de Tetuán, al sur del Tolima (Colombia), la historia de la Naranjatón se hizo verbo, fruta y símbolo. No fue solo una jornada de trueque, sino una experiencia liminar que nos permitió experimentar, desde la glocalidad rural, una categoría novedosa: la Moneda Afectiva, más viva que el dinero, más humana que el mercado.

Esa cátedra de montaña no es metafórica: es práctica. Allí se aprende que el valor se mide en reciprocidad, que el precio se negocia en la charla del fogón y que la economía es una conversación larga que une generaciones. La Moneda Afectiva que proponemos nace cuando la producción se empareja con la confianza. Es decir, cuando la naranja no es solo materia, sino memoria y promesa. En este sentido, desde esa vereda comprendimos que las categorías económicas no son neutras, sino que configuran la vida. Por eso proponemos descender el análisis: mirar no desde el saldo contable, sino desde el gesto que “presta la mano” sin esperar cartera a la vista.

En el marco de una Investigación-Acción Comunicativa (IAC) decolonial, impulsada por la Universidad Cooperativa de Colombia a través del diplomado en “Coaching en el Mercado del proyecto de Territorio Solidario”, liderada por los *influencers*

Sentipensante TV y Prudencio Tolima. Surgió un laboratorio donde la economía se despojó de su traje tecnocrático para volverse práctica de confianza. Ciento noventa mil corazones en rojo (seguidores, aliados, vecinos digitales) se convirtieron en caudal económico sin un solo peso de capital inicial.

La negación de la vida se da cuando la economía subordina al sujeto a la lógica del valor (Dussel, 1998). Y es precisamente esa negación la que la Moneda Afectiva pretende revertir, afirmando la vida como el verdadero fundamento de la economía. La IAC decolonial que lideramos coloca a la comunidad como sujeto-epistemológico: los saberes campesinos y las prácticas comunicativas se vuelven insumo de una teoría que emana de la acción misma. La alianza entre la Universidad Cooperativa y los medios comunitarios no es decoración académica: es soporte metodológico que permite traducir experiencia en conocimiento verificable. El acto de convertir seguidores en respaldo social responde a lo que Putnam (2000) denomina capital social; no obstante, aquí lo resignificamos: no es capital para invertir en mercados, sino caudal para sostener economías locales y prácticas de cuidado (Coraggio, 2018). En términos de ética política, retomamos a Dussel (1998) para afirmar que la Moneda Afectiva reivindica la vida como último criterio de valor.

La Naranjatón simboliza la dialéctica de lo afectivo y lo efectivo: catorce toneladas de naranja entregadas sin pago previo, sostenidas únicamente por la palabra empeñada, la minga y la confianza colectiva. En esa escena campesina se condensa la tesis de esta investigación: La moneda hegemónica niega la vida; la Moneda Afectiva la afirma.

Ese gesto de entrega sin pago previo funciona como emisión de una moneda que tiene respaldo relacional (no financiero): la promesa colectiva. La experiencia muestra cómo la esfera monetaria puede ser reencarnada en formas sociales que operan con otras lógicas: la no-acumulación, la reciprocidad circular y la garantía del vínculo. En términos teóricos, esto interpela los supuestos del valor económico convencional y propone una economía política alternativa: valorar no por escasez y precio, sino por capacidad de regenerar vida (Escobar, 2016; Coraggio, 2011). La Naranjatón es, así, un manifiesto: evidencia empírica que cuestiona la hegemonía monetaria y señala caminos de renovación del tejido social. La ciencia popular no se produce en los laboratorios universitarios, sino en la praxis de los pueblos que se organizan para sobrevivir (Fals Borda, 1987).

Por lo tanto, este artículo propone comprender el Naranjatón como un arquetipo de reciprocidad que puede hallarse en distintos territorios del mundo: desde las Ithaca Hours en Estados Unidos, hasta el Chiemgauer en Alemania o el Eusko en el País Vasco. Todas expresan un mismo grito silencioso de comunidades rurales

que buscan reapropiarse del valor, desprendiendo la moneda del fetiche financiero y devolviéndola al circuito del afecto. Ese grito silencioso tiene genealogía y contemporaneidad. Las monedas locales y complementarias (Ithaca Hours, Chiemgauer, Eusko, Banco wIR) demuestran que existen mecanismos alternativos que fortalecen las economías territoriales y reducen las vulnerabilidades (Kennedy, 1995; Gelleri, 2013; Stodder, 2009).

No obstante, la originalidad de la Naranjatón reside en su hibridación: combina lo antiguo (minga, combite,) con lo nuevo (redes digitales, *influencers* con sentido social), y lo hace desde la práctica sentipensante, donde la experiencia popular produce teoría. Al poner en diálogo estos casos, proponemos una tipología de monedas sociales que distingue entre aquellas centradas en tiempo, reputación, crédito mutuo y, en nuestro caso, en afecto como valor central (Lietaer et al., 2012).

El pensamiento de José Luis Coraggio (2011) nos recuerda que la economía solidaria no es un apéndice del sistema capitalista, sino una forma alternativa de organizar la producción, distribución y consumo en función de las necesidades humanas; y cuál necesidad es mayor a la de alimentarse y garantizar la producción de alimentos. Desde esta perspectiva, se supera la dicotomía Norte-Sur en una suerte de glocalidad rural en la que se producen los alimentos para la humanidad total: no para la periferia del mundo, no para el centro privilegiado, sino para la globalidad. creemos que esto es posible desde un modelo donde el capital social (la confianza, el hoy por ti mañana por mí) se convierte en la base de otra arquitectura monetaria. Coraggio nos ayuda a entender que la economía solidaria posee lógica institucional propia: democracia en la gestión, prioridad al trabajo y mecanismos de redistribución solidaria.

Para que la Moneda Afectiva transite de evento a institución, se requieren reglas mínimas: fondos mutuos de garantía, mecanismos de trazabilidad comunitaria, acuerdos normativos participativos y canales de comunicación que garanticen transparencia (Ostrom, 1990). Sin embargo, es fundamental que esas reglas nazcan en diálogo con las prácticas locales para que no se burocraticen. La ruralidad global propone precisamente eso: articular lo local con lo global sin subordinar la primera a la segunda, viendo al territorio como nodo estratégico, no como periferia.

Así la Moneda Afectiva nace del barro y de la palabra, del gesto ancestral del dar y recibir sin perder la sonrisa. Su unidad de medida no se sostiene en oro o en el petróleo, sino en la velocidad de circulación de la confianza. En esta economía, la minga se vuelve emocional, la reciprocidad es el algoritmo, y el capital afectivo es el respaldo de cada transacción.

Conceptualizar la velocidad de circulación de la confianza obliga a pensar métricas alternativas: índices de reciprocidad (frecuencia de intercambios entre actores),

diversidad de redes participantes (número de productores, consumidores, mediadores) y tiempos de respuesta comunitaria (rapidez con que se activa la solidaridad). Estos indicadores pueden servir para evaluar la resiliencia y salud del sistema sin convertirlo en mercancía. Adicionalmente, la trazabilidad que proponemos no es tecnocrática: se apoya en registros comunitarios, narrativas audiovisuales y plataformas digitales de código abierto que respetan la soberanía de datos y priorizan la rendición de cuentas sociales (Lietaer et al., 2012; Stodder, 2009).

En esta tesis, la glocalidad rural del sur del Tolima se presenta como un espejo del mundo rural: las problemáticas del campesino colombiano son las mismas del agricultor andaluz, del productor senegalés o del hortelano argentino. Todos enfrentan la misma crisis de intermediación, especulación y despojo, pero también comparten el mismo horizonte: una economía sentipensante que supura libertad desde la fruta, el afecto y la confianza. Reconocer semejanzas no implica homogeneizar. Al contrario, la modularidad de la Moneda Afectiva permite replicación contextualizada: herramientas de comunicación que muestran el origen de productos, alianzas logísticas locales y fondos rotatorios comunitarios pueden adaptarse a distintos contextos. La política pública debería valorar estos experimentos, facilitando marcos regulatorios que permitan operar monedas complementarias sin criminalizar la innovación social. Esta es una línea estratégica de intervención: combinar promoción institucional con autonomía comunitaria para escalar soluciones desde abajo (Coraggio, 2018).

El laboratorio naranjatón: la confianza como crédito mutuo comunitario

En San José de Tetuán, allá donde la montaña parece rezar y el río todavía garla en lengua ancestral, ocurrió el experimento de economía social popular campesina que rompió las reglas básicas del mercado hegemónico: emitir moneda sin emitir billetes, capitalizar sin capital, producir valor desde el afecto.

De la sistematización de estas acciones, que se vienen gestando en distintos lugares del mundo y con diversos apoyos y alianzas entre redes y circuitos solidarios, nació el laboratorio vivo que llamamos Naranjatón 2.0. Esta es una experiencia de autogestión campesina y comunicación que probó (en carne, jugo y palabra) que la confianza es una divisa con poder de circulación real. Cuando hablamos de emitir moneda sin billetes, hablamos de formalizar prácticas comunitarias: la emisión es simbólica, pero verificable por la comunidad. En el Naranjatón se configuraron protocolos

simples: lista de entregas, registro fotográfico, testimonio público y retroalimentación posterior; esa combinación constituyó una prueba social que resultó como aval.

Esto se asemeja a los principios de las redes de crédito mutuo documentadas en literatura sobre monedas complementarias (Kennedy, 1995; Lietaer et al., 2012), pero con una diferencia esencial: la centralidad del afecto y de la comunicación como infraestructura garantizada. En este contexto, Don Henry Ortiz, campesino del sur del Tolima, y su comunidad se enfrentaban a la tragedia de siempre: una cosecha de naranja abundante y ningún comprador que pagara un precio justo. La fruta, símbolo de la dignidad campesina, amenazaba con pudrirse en los caminos por donde apenas sube el camión.

No obstante, el campesino no se rinde, pues recuerda la vieja sabiduría de que el que no muestra, no vende. Por lo tanto, el líder campesino solicitó a su hijo *influencer* Prudencio Tolima que lanzara una campaña para rescatar sus frutas. El creador de contenido no dudó en empezar a tejer una gran alianza para no permitir el desperdicio de los alimentos. Para eso se comunica con el director de Sentipensante TV, un medio de comunicación de origen campesino, quien se sumó en la doble perspectiva que requiere la Investigación Acción Comunicativa. De este modo, dos creadores de contenido con sentido social decidieron poner sus redes (más de 190 000 corazones en conjunto) al servicio de un experimento cooperativo de confianza digital.

Ese relato ilumina cómo la comunicación estratégica puede transformar la disponibilidad en la demanda consciente. La figura del *influencer* se resignifica: deja de ser figura mercantil y se convierte en mediador de confianza, puente entre productor y comedor. Las redes sociales operaron como Marketplace emocional, articulando relaciones de origen, imágenes de trabajo y llamados a la solidaridad. Así se activó una economía relacional: la visibilidad se volvió garantía; la comunidad digital pasó de ser audiencia a actor económico. Este fenómeno confirma estudios que muestran que la confianza digital, cuando está anclada en relaciones preexistentes, puede traducirse en transacciones de impacto (Putnam, 2000; Lietaer et al., 2012).

Con este primer capital social sobre la mesa, se articuló la experiencia logística adquirida por ADR Tolima en la organización de mercados campesinos, y se armó Chipa, una alianza con diferentes entidades del Estado. Así logramos vivir lo que Rodolfo Kusch (1976) apalabró: El estar americano no se mide en lo que se tiene, sino en el modo en que se habita; este laboratorio demuestra que el valor no nace del dinero, sino del vínculo.

Los 14 000 kilos de naranja se movieron sin un solo peso inicial: el Ejército Nacional prestó el camión, los campesinos pusieron su trabajo, las agencias del Estado la logística, los *influencers* sus redes sociales, combustible para mover el camión y los

corazones de sus seguidores, y la ciudadanía urbana respondió con amor, a la gran Naranjatón 2.0. La articulación multi-actor es clave: cuando comunidades, organismos públicos y redes digitales convergen con reglas claras, surgen soluciones rápidas y legítimas. Esa articulación exige confianza institucional y transparencia: los acuerdos con ADR y con administraciones locales fueron mecanismos de legitimación que permitieron movilizar recursos operativos sin generar dependencia financiera.

En términos de políticas públicas, esto sugiere que programas como PASO pueden funcionar como catalizadores si acompañan y no sustituyen las autonomías locales. La Naranjatón evidencia, además, que la cooperación público-comunitaria puede ser efectiva cuando se reproducen dinámicas de minga y no lógicas asistenciales verticales. En menos de 24 horas, el jugo de la montaña se volvió corriente vital entre productor y comedor, anulando al intermediario y activando el circuito afectivo de la economía popular.

La rapidez con que se activó el circuito revela la existencia de capital social latente; lo que faltaba era infraestructura comunicativa para visibilizar y coordinar. Anular al intermediario fue posible porque se creó confianza directa entre productor y comedor, y porque la trazabilidad (fotos, videos, testimonios) redujo incertidumbres de calidad y origen. No obstante, para sostener este resultado es necesario consolidar plataformas logísticas comunitarias y acuerdos de recurrencia (mercados periódicos o suscripciones solidarias) que permitan transformar episodios exitosos en flujos sostenibles.

Lo que los tecnócratas llaman riesgo crediticio, el pueblo lo llama confianza. Y esa es, en esencia, la primera emisión de la Moneda Afectiva Sentipensante (MAS): un crédito mutuo comunitario que no se basa en la promesa de pago, sino en la promesa de vínculo. La transacción inicial (entregar la cosecha sin pago previo) constituye un acto fundacional de soberanía económica, un gesto que Karl Polanyi (1944) habría reconocido como la reintegración del mercado en la sociedad. La Naranjatón despliega un proceso de desmercantilización parcial (el mercado se incrusta en normas sociales de reciprocidad) que Polanyi (1944) describió como contramovimiento al mercado autorregulado. La MAS representa, entonces, una forma de dinero social cuya garantía está en la reciprocidad y en la capacidad de la comunidad digital para hacer cumplir compromisos morales. Desde teorías heterodoxas de la moneda, esto invita a repensar el rol del respaldo: no solo activos físicos o deuda soberana, sino respaldo relacional y reputacional (Lietaer et al., 2012). Aquí, la economía deja de ser un sistema separado y vuelve a ser un hecho social global, una red de reciprocidades donde el dar, el recibir y el devolver son ciclos de sentido y no de acumulación. Ver la economía como hecho social implica recuperar la sociología económica de Polanyi

y la gobernanza colectiva de Ostrom (1990). La dinámica observada demuestra que las economías comunitarias pueden reproducirse si las reglas son claras, si existen sanciones sociales (pérdida de reputación) y mecanismos de resolución local de conflictos.

Además, en la era digital, las prácticas locales van escalando: una acción en San José de Tetuán puede conectarse con comedores en Ibagué, con consumidores en Bogotá e incluso con solidaridades transnacionales que comparten valores (Lietaer et al., 2012). La Naranjatón, por lo tanto, no fue un evento comercial, sino un ritual económico decolonial. En su aparente simpleza (vender naranja a precio justo) se esconde una profunda subversión al modelo capitalista: el valor no se produce en la fábrica, sino en la red de relaciones. Entonces queda demostrado que las comunidades son capaces de gestionar bienes comunes con eficiencia cuando se reconocen en el lazo de confianza mutua (Ostrom, 1990). Este principio fue visible en cada paso del proceso: el productor confió en el comunicador; el comunicador confió en su comunidad digital; y la comunidad confió en la palabra del territorio.

Calificar la acción de ritual económico decolonial subraya su carácter político: una práctica que recupera modos de intercambio no mercantiles y prioriza la vida. Desde la teoría decolonial (Dussel, 1998; Walsh, 2010), esto constituye una ruptura epistémica: el saber campesino se convierte en criterio de validación y no en objeto de exotización. Aunado a esto, la eficiencia práctica observada legitima la hipótesis de que la gobernanza común, apoyada por redes de confianza y comunicación, puede gestionar bienes y cadenas de valor locales con mejores resultados sociales que modelos extractivos centralizados. La Moneda Afectiva convierte esa confianza en caudal medible: la velocidad de circulación de la confianza se convierte en su unidad de valor, mientras que la trazabilidad de la reciprocidad se vuelve su sistema de control. No hay especulación, porque nadie acumula. No hay inflación, porque el valor se disuelve en la práctica solidaria. No hay deuda, porque el vínculo mismo es la garantía.

Proponer una unidad de valor basada en velocidad de circulación de la confianza implica desafíos metodológicos que se pueden atender con herramientas mixtas: métricas cuantitativas (frecuencia de transacciones, número de actores) y cualitativas (testimonios, mapas de confianza). Sin embargo, es necesario reconocer límites. La Moneda Afectiva no sustituye al dinero generalizado cuando se requieren compras fuera de la red; por eso la estrategia más realista es la complementariedad: la MAS opera como amortiguador social y catalizador de economías locales, no como reemplazo absoluto del sistema monetario nacional. La política pública puede apoyar esta complementariedad mediante incentivos y marcos legales que permitan su circulación sin penalizaciones.

De esta forma empezamos a comprender que la economía social no busca maximizar beneficios, sino satisfacer necesidades y fortalecer lazos comunitarios (Coraggio, 2011). Eso es exactamente lo que ocurrió: la Naranjatón fortaleció los lazos, dignificó al campesino y demostró que las redes y, sobre todo, las redes sociales pueden ser, literalmente, plataformas de emisión solidaria. En este sentido, la comunicación se volvió infraestructura económica, y la confianza, el algoritmo invisible que puso a circular el valor. Si la comunicación es infraestructura económica, invertir en capacidades comunicativas es inversión productiva. La Escuela de *Influencers* Solidarios cumple esa función: formar creadores que produzcan contenido con ética, trazabilidad y vínculo comunitario. Esta formación debe incluir aspectos técnicos (registro, edición, logística), éticos (respeto a derechos y saberes) y organizativos (cooperativa de medios). De ahí surge una política de formación que conecta educación técnica y saber popular, imprescindible para reproducir y escalar modelos de moneda afectiva.

La tesis de la ruralidad global: hacia la moneda internacional de la vida

Cuando una naranja baja de la montaña y llega al vaso de quien la bebe en la ciudad, ocurre algo más que un intercambio comercial: se produce una comunión. En efecto, ese jugo que corre por la garganta del comedor es la sangre simbólica de la ruralidad global, el hilo invisible que une al productor con el planeta entero. Esta comunión es política y ontológica: implica reconocimiento mutuo entre seres que producen y quienes consumen. En la ruralidad global, el acto de comer se vuelve acto de justicia si reconoce el origen y la dignidad del productor. Este pluralismo alimentario requiere que las cadenas de valor incorporen narrativas de origen y mecanismos de remuneración justa, tarea que la comunicación solidaria puede facilitar. La metáfora de la sangre para el jugo subraya la centralidad del alimento en la reproducción social y cultural.

La Naranjatón no fue un hecho aislado del sur del Tolima. Es un arquetipo universal, una repetición de lo humano que palpita en cada territorio donde los pueblos se organizan para no dejar morir su fruto. Por ejemplo, lo mismo ocurre cuando los pequeños agricultores de Chiapas crean cooperativas de café justo, o cuando los productores andaluces venden aceite directamente al barrio, o cuando los hortelanos argentinos levantan ferias sin intermediarios. Comparar estas experiencias permite identificar principios replicables: transparencia en la cadena, control comunitario de

precios, mecanismos rotatorios de crédito y redes de difusión. No obstante, replicar exige políticas sensibles al contexto: adaptar logística, sistemas de pago y regulaciones. Lo que sí es transversal es el principio moral: la soberanía alimentaria y la comunicación directa fortalecen la resiliencia local frente a choques externos.

En todos los casos, el sistema financiero se muestra como lo que es: un muro. Por esta razón, las comunidades responden con lo que siempre han tenido: el vínculo, la palabra, la confianza, el afecto. Ver el sistema financiero como muro no es fatalismo: es diagnóstico que orienta estrategia. Las comunidades erigen puentes de solidaridad: monedas locales, cooperativas, redes de trueque y mercados directos. Para consolidarlos, se requiere articulación entre investigación, incidencia política y comunicación. La experiencia tolimense demuestra que la construcción de legitimidad discursiva (mostrar que el valor existe) es tan importante como la logística.

Esta repetición no es coincidencia; es estructura. La economía mundial, sostenida en el capital, ha roto su relación con la vida. En este sentido, Enrique Dussel (2015) advierte que el problema no es la economía en sí, sino su desconexión ética respecto del otro. La crítica de Dussel es brújula: la reparación ética exige repensar el sujeto económico. En vez de consumidor abstracto, proponemos el comedor como sujeto universal que reconoce origen y responsabilidad. Reorientar la economía hacia la vida implica políticas de apoyo a economías locales, reconocimiento de saberes y protección de bienes comunes. Es un proyecto de descolonización económica que no se reduce a una receta técnica, sino que exige transformación cultural y pedagógica.

La Moneda Afectiva se erige como el intento de volver a conectar el valor con el vivir. No busca reemplazar el dinero, sino restituir su sentido: ser mediador de reciprocidad y no instrumento de dominación. La MAS funciona mejor como complemento, no como sustituto total. Su potencial está en articular sistemas locales de intercambio con mercados más amplios: esquemas híbridos donde la MAS cubre etapas de la cadena (compra de insumos, financiación de formaciones, circulaciones locales) y la moneda nacional opera para necesidades externas. Esta complementariedad requiere instrumentos técnicos (plataformas contables comunitarias, fondos de garantía, acuerdos legales mínimos) y culturales: campañas que sensibilicen sobre la racionalidad afectiva del intercambio.

En la ruralidad global, el campesino, el indígena, el afrodescendiente, el agricultor urbano o el comedor consciente comparten una misma batalla: rescatar la soberanía sobre lo que comen, lo que siembran y lo que comunican. Por esta razón esta investigación se hace manifiesto que intenta proponer una tesis concreta y simbólica a la vez: El sujeto universal del siglo XXI no es el consumidor, sino el comedor. Proponer al comedor como sujeto universal amplía la agenda política: demanda políticas de

transparencia alimentaria, etiquetado de origen, apoyo a ferias y plataformas directas, y educación alimentaria que restituya vínculos entre territorios y mesas urbanas. Además, la academia debe acompañar esas transformaciones mediante investigación acción que legitime saberes y produzca evidencia útil para políticas públicas. Somos lo que comemos, lo que jartamos, lo que compartimos. Si el capitalismo nos convirtió en consumidores (entes aislados que compran sin mirar el origen), la Moneda Afectiva nos propone la categoría de comedor, el que reconoce el origen de su alimento y, al hacerlo, se reconoce en el otro.

Este reconocimiento conduce a prácticas concretas: compra directa, apoyo a circuitos cortos, educación en escuelas sobre origen de alimentos y entrenamiento para creadores de contenidos que comunican trazabilidad. Ese trabajo pedagógico y comunicacional es esencial para sostener la moneda social; sin él, la confianza se dispersa. Las escuelas de *influencers* solidarios son nodos estratégicos para esta pedagogía de la comida. Esa es la base ontológica de la Moneda Internacional de la Vida: una moneda cuyo respaldo no está en reservas de oro, sino en reservas de confianza y alimento compartido. La Moneda Internacional de la Vida suena ambiciosa, y lo es: su internacionalidad no implica uniformidad, sino redes de monedas afines que operan con principios comunes. Pensarlo institucionalmente exige mecanismos de intercambio entre sistemas locales, acuerdos de reconocimiento mutuo y plataformas de información interoperables que protejan la soberanía de datos de las comunidades.

El modelo propuesto por la Cooperativa de Medios Alternativos Sentipensante articula comunicación, producción y consumo solidario bajo una lógica de crédito mutuo digital. Así como el WIR Bank de Suiza ha sostenido redes empresariales desde 1934 sin emisión de efectivo (Stodder, 2009), y como el Chiemgauer alemán demostró que la moneda local puede dinamizar economías regionales (Gelleri, 2013), la experiencia tolimense evidencia que las redes sociales pueden cumplir esa misma función en clave popular y campesina: ser infraestructuras del bien común. Tomar lecciones del WIR o Chiemgauer sirve para identificar factores de éxito: institucionalidad robusta, aceptación local y mecanismos de equilibrio macroeconómico. Para las experiencias campesinas, la adaptación implica simplificar reglas, priorizar transparencia y construir reputación. La digitalidad puede aportar trazabilidad y visibilidad, pero debe integrarse con prácticas presenciales que sostengan la credibilidad del sistema.

Elinor Ostrom (1990), Nobel de Economía, ya nos había señalado que la gobernanza colectiva es posible cuando los actores comparten reglas claras y confianza recíproca. La Moneda Afectiva pone en práctica esa tesis, pero desde el lenguaje campesino: aquí las reglas se llaman “mano prestada”, minga y “hoy por ti, mañana por mí”. Lo que algunos llama crowdfunding, en la globalidad rural lo han practicado

por siglos en los convites, en los mercados solidarios, en las cocinas comunitarias donde la comida se reparte hasta que alcance. Aplicar la perspectiva de Ostrom implica diseñar reglas adaptativas: definir claramente quién participa, qué bienes se comparten, cómo se resuelven disputas y cómo se sanciona el incumplimiento. En la MAS, las sanciones son sociales (pérdida de reputación) más que pecuniarias, y eso exige comunidades cohesionadas. Asimismo, el diálogo entre prácticas ancestrales y herramientas modernas (contratos comunitarios digitales, registros audiovisuales) puede fortalecer la gobernanza sin burocratizar la vida comunitaria.

De este modo, la ruralidad global no es un territorio geográfico, sino una epistemología: la comprensión de que el futuro de la economía no está en Wall Street ni en Silicon Valley, sino en las veredas, las huertas y las redes que conectan afectos y saberes. Es ahí donde florece la nueva moneda: no una moneda del mercado, sino del encuentro. Esta epistemología exige repensar la formación profesional: técnicos agrícolas que también sepan comunicar; comunicadores que comprenden logística; gestores públicos que valoren saberes populares. Ese cruce formativo lo impulsa la Escuela de Influencers Solidarios, que articula saberes y acciones para que la ruralidad global deje de ser lema y se convierta en política pública materializable.

Como escribió José Luis Coraggio (2018), “la economía solidaria no debe limitarse a sobrevivir dentro del capitalismo, sino aspirar a construir un modo civilizatorio alternativo”. Ese es el horizonte de la Moneda Afectiva Sentipensante: contribuir, desde un experimento local, a la construcción de una civilización basada en la reciprocidad planetaria, donde el alimento sea el primer acto político y la confianza, la primera divisa. Si lo logramos, habremos hecho del afecto no solo un asunto moral, sino una infraestructura económica viable y transformadora.

Epílogo

Volvemos al origen, no como nostalgia, sino como fuerza política: reconocer la sabiduría del fiado, del mañana le pago, del trueque es reconocer la soberanía de los pueblos sobre su subsistencia. Esa práctica arcaica es, hoy, instrumento estratégico de resistencia: cuando decimos “yo le fio” estamos afirmando una economía donde la confianza opera como banco, y donde la deuda verdadera es la promesa incumplida. Desde la ruralidad global llamamos a restaurar esos modos, a institucionalizarlos como prácticas legítimas de intercambio que el mundo moderno debe aprender a respetar.

Que quede claro: no somos duales. No dividimos razón y afecto, economía y cuidado. Somos la fusión viva que sostiene la vida colectiva. Por esto, convocamos

a tejer redes (digitales y físicas) donde cada clic, cada compra, cada apoyo sea acto político. Consumir contenido con valor, apoyar emprendimientos locales, participar en mercados solidarios, reproducir historias de origen: todo eso es moneda social en acción. ¡A tejer! ¡A entrelazarnos! Que la mano prestada siga siendo la primera garantía, y que el mañana que pagamos sea, sobre todo, la semilla de un futuro compartido.

Referencias

- Coraggio, J. L. (2011). *Economía social y solidaria: El trabajo antes que el capital*. Abya-Yala.
- Coraggio, J. L. (2018). *Hacia una economía del trabajo*. CLACSO.
- Dussel, E. (1998). *Ética de la liberación en la era de la globalización y la exclusión*. Trotta.
- Dussel, E. (2015). *16 tesis de economía política: Interpretación filosófica*. Siglo XXI Editores.
- Escobar, A. (2016). *Sentipensar con la tierra: Nuevas lecturas sobre desarrollo, territorio y diferencia*. UNAULA.
- Fals Borda, O. (1987). *El problema de cómo investigar la realidad para transformarla*. Universidad Nacional de Colombia.
- Gelleri, C. (2013). Chiemgauer: El Regiogeld. En *Sostenibilidad y monedas locales* (pp. 147–159). Springer.
- Kennedy, M. (1995). *Ithaca Hours: People Money*. Triarchy Press.
- Kusch, R. (1976). *Geocultura del hombre americano*. Fernando García Cambeiro.
- Lietar, B., Arnsperger, C., Goerner, S., & Brunnhuber, S. (2012). *Dinero y sostenibilidad: El eslabón perdido*. Triarchy Press.
- Ostrom, E. (1990). *Gobernar los bienes comunes: La evolución de las instituciones para la acción colectiva*. Cambridge University Press.
- Polanyi, K. (1944). *La gran transformación*. Farrar & Rinehart.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.

Stodder, J. (2009). Redes de crédito complementarias y estabilidad macroeconómica: El Wirtschaftsring de Suiza. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 72(1), 79–95.

Walsh, C. (2010). *Interculturalidad, colonialidad y derechos humanos*. Ediciones Abya-Yala.