

NOTAS

(Inéditas... y de antología)

¿Los gremios para qué?

SEGURAMENTE LA LECTURA DE ESTE ENCABEZADO PROVOQUE diversas respuestas entre los afiliados a las instituciones que los representa. Estas reacciones, producto de sentimientos encontrados alrededor de unas organizaciones de origen medieval, reflejan percepciones y realidades que se asemejan a las de cualquier relación en donde los problemas de visión compartida, interdependencia recíproca, comunicación, expectativas y compatibilidad de caracteres son frecuentes.

Para empezar, la sola mención de la palabra gremio, con el siglo XXI encima, huele a antiguo. Como tradición puede valer. La defensa de unos intereses particulares motivó la creación de estas instituciones que hoy en día pululan por doquier y que asumen su tarea como una especie de cruzada contra todo lo que consideran va en contra de dichos intereses. Si esto le suena a autodefensas empresariales, no se

extrañe. Es cierto que con el paso del tiempo los gremios, y por ellos me referiré a las entidades que los representan, han tratado de modernizarse. Pero su misión fundamental sigue siendo la misma y sus actitudes principales dos: pasivos ante el cambio —lo sufren— o reactivos ante éste. Situación que por lo demás poco parece importarle a la mayoría de sus miembros, inmersos en sus propios problemas. O si les interesa no lo manifiestan abiertamente, siguiendo cierta ley de la omega gremial.

¿Tienen espacio los gremios en el mundo de hoy? Pienso que sí, y más que nunca, pero no por las razones tradicionales. El discurso de la legítima defensa no cabe en la moderna aldea global. La representación y vocería adquieren otro significado. Los servicios requieren altas dosis de marketing estratégico. Su misión, egoísta en el fondo, exige una visión colectiva de amplio espectro social y ético.

Urge, entonces, reinventar la tarea de los gremios sobre la base de reconocer y comprender la naturaleza de las fuerzas de transformación que actúan sobre su entorno y de una interpretación diferente del refrán que los anima: la unión hace la fuerza.

Lo primero implica una redefinición sustancial de su razón de ser. Olvidarse de cómo son y pensar en cómo deberían ser. Pensar términos de proyecto de futuro libera ideas y estimula la creatividad. Un gremio debe ser brújula y faro y no un paño de lágrimas. Un gremio debe ser retador y creativo y no contemporizador y paternalista. Un gremio debe organizarse alrededor de una visión amplia, con claras responsabilidades sociales, unas directrices innovadoras y unos valores que estimulen a sus afiliados, acrecienten su sentido de pertenencia y refuercen su compromiso sectorial y su sentido de solidaridad social. Un gremio debe reflejar estos intereses vitales en su estructura. Un gremio debe contar con unos indicadores de gestión para evaluar su actividad de manera integral y objetiva y medir el valor que añade a la gestión de sus asociados. Un gremio debe llevar a sus afiliados más allá de los resultados económicos y financieros propio de sus intereses. Un gremio debe ser una organización que cree información, que disponga de canales de comunicación permanentemente

abiertos y fluidos y que responda de inmediato a las necesidades básicas de sus afiliados.

Para llegar allá, los gremios deben cambiar su actitud. Deben constituirse en fuerzas sociales y éticas decididamente prospectivas, en dos direcciones: 1) preactivas, preparando a sus asociados para los cambios previstos y 2) proactivas, actuando para provocar los cambios deseados. Esta moderna concepción de los gremios significa un reto para ellos y principalmente para sus asociados. Si bien la iniciativa debe provenir de los gremios y reforzarse mediante un ejercicio permanente de gestión creativa que les señale a sus asociados las fuentes y oportunidades de innovación y la ruta crítica a seguir son éstos interactivos del proceso.

Este también exigirá profundas modificaciones dentro de los gremios para organizar sus actuales estructuras funcionales y los perfiles de las personas que los conforman, alrededor de procesos vitales de innovación que orienten y capaciten integralmente a sus afiliados para el logro de su propia visión.

Los asociados, a su vez, deben olvidarse de que los gremios existen sólo para ayudarlos —concepción miserabilista— o para defenderlos —concepción litigante—. La suma de las ideas, no la unión numérica, es la que da la verdadera fuerza. La brújula guía. Señala direcciones. Orienta.

El faro ilumina y previene. Pero cada capitán posee los instrumentos necesarios para fijar el rumbo correcto. Los gremios que entiendan esto habrán dado el

primer paso para entrar realmente a la modernidad.☺

Miguel Alvaro Mejía
El Espectador, Domingo 21 de
junio/98
