

La celebració d'eleccions als òrgans de govern de les cambres de comerç ha reobert recentment un debat del tot necessari sobre la naturalesa d'aquestes entitats i sobre quin és l'espai que han d'ocupar com a organitzacions empresarials. Les cambres van néixer fa més d'un segle per representar els interessos econòmics dels comerciants i industrials de les ciutats. Tenien escasses atribucions i pocs mecanismes de finançament. Però amb el temps van enfortir la seua vinculació amb el teixit econòmic del seu voltant i es convertiren en autèntics grups de pressió.

Un protagonisme que alguns sostenen que avui dia està en crisi, en part a causa de la seua politització. No es pot en cap cas generalitzar, però els nostres territoris no han quedat indemnes als intents del PP de convertir les cambres de comerç en un braç executor dels seus designis. I en alguns casos ho han aconseguit. Una estratègia gens recomanable, i fruit sens dubte d'una errònia interpretació del que significa ser una corporació de dret públic, com és el cas de les cambres. També és cert que l'interès de les patronals per fer sentir la seua veu en el si d'aquestes entitats ha crescut amb el temps, i és que no podem oblidar una simple dada: les vint cambres que sumen Catalunya, el País Valencià i les Illes Balears gestionen gairebé 64 milions d'euros. Un pastís, sens dubte, molt apetitós.

Al marge, però, de pressupostos més o menys suculentos, sí que cal un debat més profund sobre el contingut que han de tenir aquestes institucions, que han rebut dures crítiques de col·lectius de petites empreses, queixosos perquè les cambres s'acosten amb major facilitat a la gran empresa que no pas a les més petites, i perquè tendeixen a concentrar els es-

“Només un 3% dels empresaris amb dret a vot han acudit en aquestes últimes eleccions a escollir els seus representants en el ple de les cambres de comerç. Ja sabem que l'abstenció s'estén com una taca d'oli en molts processos electorals. Però no podem oblidar que, darrere d'aquesta, o bé hi ha una falta absoluta d'interès o bé una mostra de disconformitat”

Un espai propi

forços en determinats pols d'activitat i perden de vista la resta del territori. Segurament, les noves tecnologies ajudaran en el futur a reduir distàncies i, de fet, algunes cambres ja han començat a treballar per activar unes delegacions que havien tingut bastant oblidades. També és simptomàtic que cíclicament es torne a insistir en la polèmica sobre l'obligatorietat de les quotes que paguen les empreses a la cambra de comerç de la seua demarcació, enfront de la llibertat d'associació que impera en altres organitzacions empresarials. Una qüestió que, si bé el mateix Tribunal Constitucional es va encarregar de resoldre en el seu moment, encara es manté viva en el discurs de determinats col·lectius empresarials. Per què aquesta insistència? Potser obeeix a interessos particulars d'aquestes organitzacions, o a lluites internes dins les mateixes cambres, o per què no, al fet que hi ha empresaris que paguen les seues quotes religiosament però no s'acaben de sentir prou identificats amb aquestes entitats. El fet és que només un 3% dels empresaris amb dret a vot han acudit en aquestes últimes eleccions a escollir els seus representants en el ple de les cambres. Ja sabem tots que estem en una època en què l'abstenció s'escampa com una taca d'oli en molts processos electorals. Però tampoc no hem d'oblidar que, darrere l'abstenció, o bé hi ha una falta absoluta d'interès o bé una mostra de disconformitat amb el funcionament d'aquestes institucions. Siga quina siga la conclusió que se'n pot extreure, caldria que els nous presidents de les cambres —alguns dels quals ja han ocupat la cadira i altres estan a punt de fer-ho— ho tingueren en compte durant els pròxims quatre anys.

Coordinació: Bàrbara Amorós

Assessors editorials: Pere Anrúbia, Jordi Cuenca

Col·laboradors: Alexandre Carbó, Joan Cellà, Joan Corbera, Martí Crespo, Rafa Gil, Òscar Palau, Jordi Play i Pere Puig.