

En el corazón del lobby

Eva Mateo Asolas

Actualizada: 31/05/2005

Son auténticos gobiernos en la sombra. Sus opiniones, sugerencias y, en ocasiones amenazas, son analizadas a diario en las instituciones comunitarias antes de adoptar cualquier medida. Algunos de los más poderosos reconocen que llegan a conseguir hasta el 80% de sus objetivos. Los lobbies instalados en Bruselas defienden ante la Unión Europea alrededor de 2.600 intereses diferentes: los derechos de las mujeres europeas, las exigencias de los consumidores, la introducción de determinados productos transgénicos, las regulaciones del sector de las telecomunicaciones, los anhelos de la industria farmacéutica... Ya sabe, si necesita que su voz se oiga en la Unión Europea, ponga un lobby en su vida.



La palabra inglesa lobby significa vestíbulo, la pieza de entrada, de acceso a un edificio. El origen del término con el significado actual de “grupo de presión” hay que buscarlo en los pasillos del Capitolio de Washington, donde quien pretendiera influir en la política debía ir por los pasillos o lobbies en busca de un legislador. Hoy lobby se ha convertido en el vocablo que designa la antesala del poder. El lobby arrastra tras de sí toda la leyenda que se suele otorgar a las actividades que parecen conformar redes ocultas de influencias con el poder. Pero puede que esta leyenda sea cierta.

Los lobbies o grupos de presión comienzan su andadura en firme en Bruselas hace unos quince o veinte años. A día de hoy no hay multinacional que se precie que no haya abierto una oficina en el corazón de Europa. Después de Washington, Bruselas se ha convertido en el segundo centro de poder mundial, terreno abonado para este tipo de práctica, a la que se dedican unos 15.000 profesionales repartidos en más de 4.000 lobbies (sólo en la capital europea). Estos generan cada año entre 60 y 90 millones de euros.

¿El perfil del lobbista? Muy sencillo. Con grandes dotes de comunicador y habilidades innatas para las relaciones públicas, estos profesionales tienen una agenda de contactos que podría ser similar a la de un periodista que cubre informaciones sobre la Unión Europea. Son auténticos tiburones del marketing que saben exactamente cuándo, dónde, cómo y a quién vender su producto, su idea. Y, generalmente, suele ser “el producto” de las grandes multinacionales, a quienes representan, ya que sólo un 10% de los lobbistas trabaja para ONG’s, otros grupos que defienden también intereses diversos ante la [UE](#).

Precisamente fue un grupo de ONG’s quien dio hace unos meses la voz de alarma al dirigir una carta al presidente de la Comisión Europea, Durao Barroso, denunciando la falta de transparencia de muchos lobbies y su excesiva ingerencia en la política comunitaria. En su opinión, la falta de regulación relativa a esta actividad y el ritmo

vertiginoso al que ha crecido en los últimos tiempos ha llegado a constituir una amenaza para la democracia.

A diferencia de Estados Unidos, donde la Ley de Transparencia del Lobby de 1996 obliga a declarar quiénes trabajan para un lobby, qué intereses defiende éste y para quién, además de presentar el presupuesto de que dispone para desempeñar esta tarea, en Europa esta actividad no está sujeta más que a sus propios códigos deontológicos. Lo que equivale a decir que el reino de los lobbies es una jungla sin ley.

Caminando hacia la “lobbycracia”

Lobbies e instituciones comunitarias trabajan puerta con puerta en el “barrio europeo”. Mantienen frecuentes reuniones de esas que se llaman “de trabajo” y, además, hay una transferencia constante de cargos de uno al otro lado.

Por si esto fuera poco, desde que se aprobó la Agenda de Lisboa, por la que los políticos europeos se comprometían a convertir a la Unión en el bloque económico más competitivo para el año 2010, los grupos de presión empresariales se han convertido en decisivos en el proceso de construcción europea.

El lobby más poderoso es, sin duda alguna, ERT ([European Round Table of Industrialists](#)). Creado en 1983 para hacer avanzar los intereses de la industria en la Unión Europea, su facturación de conjunto es de 950.000 millones de euros anuales, es decir, el equivalente al 60% de la producción industrial europea en su conjunto. De hecho, tan sólo una de las 45 multinacionales que lo integran, Unilever[1], genera la misma riqueza que Túnez (en torno a 50 mil millones de euros).

ERT es una de las entidades más decisivas para la política europea. Desde el Mercado Único pasando por el Plan Redes Transeuropeas hasta la Moneda Única fueron todos ellos proyectos impulsados por este conglomerado empresarial.

Si bien a la Comisión Europea no le mandan estos grupos de presión empresariales, sí se apoya en ellos para decidir e impulsar numerosas políticas. Es el caso de CAG ([Competitiveness Advisory Group](#)) y de TABD (Trans Atlantic Business Dialogue), organización que trabaja para identificar regulaciones y políticas que suponen barreras para el comercio trasatlántico. En 1997 el TABD consiguió que se aprobara la venta de productos testados en los Estados Unidos sin más pruebas en la UE y viceversa.

AmCham (American Chamber of Commerce), EPC (European Politics Centre) o [UNICE](#) (Union of Industrial and Employers' Confederations of Europe) son otros de estos poderosos grupos de presión cuyas opiniones son tenidas en cuenta en la Unión Europea a la hora de diseñar sus políticas.

Los lobbies de la industria han dado su voto de confianza a la Constitución europea, pero no lo han hecho por su fe ciega en la construcción de una Europa mejor (eso queda reservado para su más ferviente defensor, Jean-Claude Juncker), sino porque la simplificación en el proceso de toma de decisiones que consagra la Carta Magna frente

al complicado sistema de votos del Tratado de Niza, favorece sus aspiraciones y su capacidad de influencia.

En su origen, los lobbies surgieron para ejercer un “quinto poder” sobre los políticos (después del “cuarto poder” que representa la prensa), defendiendo intereses de grupos de la sociedad civil. La base de datos de la Comisión Europea sobre sindicatos, federaciones profesionales, grupos en defensa de intereses ecologistas, derechos civiles... ([CONECCS](#)) consta de unas 700 organizaciones. La propia Unión Europea ha favorecido a estos grupos destinándoles fondos comunitarios que ascienden a unos 10 mil millones de euros anuales, lo que vendría a ser tanto como decir que la Unión Europea subvenciona a los lobbies para someterse a su presión, a su control y a su evaluación constante. Y eso, aun corriendo el riesgo de que estos grupos generen corrientes de opinión contrarias a la propia Unión.

El mejor ejemplo de este otro tipo de lobby sería el [Lobby Europeo de Mujeres](#), que desde hace 15 años agrupa a ONG's de toda Europa dedicadas a promover la igualdad de sexos y la defensa de los derechos de las mujeres. Sus informes denunciando distintos casos de discriminación han sido siempre tenidos en cuenta en las distintas directivas europeas a favor de la igualdad de hombres y mujeres.

Los lobbies podrían ser la ocasión perfecta para hacer llegar a Europa la voz de los ciudadanos. Pero siempre a condición de que un lobby en defensa de los derechos de las mujeres o de los discapacitados influya tanto o más en las políticas comunitarias que los grupos de presión de las poderosas industrias.

[1] Desconocida del gran público, Unilever es una multinacional proveedora de productos de consumo como la crema Nocilla, los helados Frigo y Solero, los congelados Frudesa, las sopas Knorr, la harina y levadura Maizena, la margarina Artúa, las galletas Flora, la mantequilla Tulipán, el té Lipton, las mayonesas Calvé, las mermeladas Ligeresa, el suavizante Mimosín, el dentífrico Signal, el champú Timotei, la laca Sunsilk, los desodorantes Rexona y Axe, los limpiasuelos y cristales Cif y Vim, las balletas Ballerina, los detergentes Lucil el jabón de manos Dove, los productos cosméticos Pond's o los perfumes Calvin Klein, entre otros.

Tomado de www.noticias.com
