

## Lobbies: atracción por el poder

Son 15.000 y quieren influir en las decisiones que se toman día a día en Bruselas. Nos dirigimos al barrio europeo, donde tienen las oficinas los lobbies: los grupos de presión.

La trascendencia de las decisiones que se toman en los despachos se nota en las calles y plazas del barrio europeo de Bruselas. Centenares de personas con chaqueta y corbata se mueven arriba y abajo. Es fácil pillar conversaciones en todos los idiomas de la Unión



Europea, aunque dominan el inglés y el francés. El ajetreo que se respira durante los días laborables contrasta con el fin de semana, cuando calles y oficinas quedan desiertas.

"En esta ciudad se deciden cada día cuestiones de gran calibre. A mí me gusta decir que estamos en la cocina de Europa. ¿Quién puede prescindir de estar aquí? La presencia de los lobbies es constante desde hace tiempo y, por otra parte, lógica",

confiesa Jos Chabert, primer vicepresidente del Parlamento de la región de Bruselas. Se calcula que un 70% de los lobbies trabajan para empresas, un 20% para las regiones, ciudades e instituciones internacionales y tan sólo un 10% para ONG.

Unos presionan para los derechos de las mujeres, otros para promover o para evitar la introducción de transgénicos, para enmendar las nuevas normativas farmacéuticas..., etc. Son grupos de presión que, mediante diferentes estrategias, tratan de influir en centros de poder ejecutivo o legislativo con la finalidad de favorecer sus propios intereses. Para conseguirlo, es imprescindible intercambiar información y conocer a fondo el entramado de relaciones de poder del área en la cual quieren influir, tener los objetivos claros y trazar una estrategia. Suelen tener gran fuerza en los ámbitos donde todavía se está legislando, como por ejemplo la informática o la biotecnología.

### Una puerta abierta de las regiones



Si hasta hace un tiempo eran sobre todo las empresas las que tenían sus lobbies en la ciudad, ahora también se van incorporando gobiernos regionales de toda Europa. Actualmente, ya hay 250 representaciones regionales con oficina permanente pendientes de las convocatorias de proyectos dirigidas a las regiones para poder así beneficiarse de los fondos europeos.

Un ejemplo es el gobierno de Finlandia: "Abrimos una delegación para promover la región de Helsinki como centro de conocimiento competitivo y como área del norte de Europa segura y agradable", explica Eija Nylund, directora de la oficina.

Precisamente para asesorar a los recién incorporados en el sector se acaba de editar Lobbying en Bruselas. Una guía práctica sobre la Unión Europea para ciudades,

regiones, redes y empresas, escrita por [Pascal Goergen](#) . En el libro se recuerda la aparición del concepto de lobby en los Estados Unidos en el siglo XIX. Proviene directamente de la palabra “pasillo”, ya que la mayoría de negociaciones se pactan entre pasillos. Ya en la Segunda Guerra Mundial se tiene constancia de los primeros grupos de presión. "A partir de aquí se han ido popularizando y ahora hay un cierto auge", explica Goergen.

“Sin embargo, el término es todavía poco claro y, a menudo, mal entendido". El perfil suele ser de personas estratégicas, flexibles y con un buen bagaje en el área política, según explica el joven asesor en asuntos de medioambiente, salud y alimentación, [Bertrand Déprez](#). También atentos a la "fuerte competencia" que se respira en el sector.



## La mala fama

A muchos lobbistas no les gusta confesar que lo son, sobre todo por las connotaciones negativas que ello conlleva. A menudo, acusados de utilizar prácticas no legales, los lobbies tienen la fama de ser un foco de corrupción. "La verdad es que es un mundo muy transparente, sin nada de misterio. La mala fama es injustificada", apunta el veterano Paul Adamson, fundador del think-tank y consultoría [The Centre](#). Un think-tank (depósito de ideas) es un grupo de especialistas de alto nivel que aportan ideas y asesoran a los gobiernos. “Nuestra manera de trabajar es mucho menos agresiva que en Washington o Londres”. En cuanto a la definición, cree que hay que matizarlo mejor. Explica que un lobby se debe a la empresa, mientras que los consultores asesoran a diferentes clientes y tienen más libertad de maniobra. “En nuestro caso, somos también un think-tank, así que intentamos promover debates y establecer puntos de contacto”.

La experiencia de Adamson en Bruselas le ha permitido observar la evolución del sector. "Ha crecido mucho y ahora está colapsado. Hay políticos que reciben tantas peticiones de reunión que no tienen tiempo material". Eso sí: por suerte ya ha pasado el tiempo en que se enviaban grandes carpetas repletas de papeles. “Ahora muchos ya racionalizan y tratan de sintetizar todos los objetivos en un par de páginas traducidas en diversas lenguas. Ha sido un cambio notable”, dice Adamson, también fundador de la revista [E! Sharp](#).

## El caso de Toyota

Un ejemplo de lobbista declarado es Geoffroy Peeters, del área de asuntos gubernamentales de Toyota. Es responsable de la seguridad relacionada con los coches y las carreteras. "Nuestra intención es promover los intereses de la empresa en las instituciones. Queremos sensibilizarlas en los ámbitos de medio ambiente y de seguridad. La cuestión es mantener una buena relación. Por eso nos vamos reuniendo con sus representantes, los asesoramos, tenemos conversaciones informales..." Asegura que no se trata de confrontar posturas sino de colaborar. "Nosotros conocemos bien el sector. Somos especialistas. Por lo tanto es importante que se tengan en cuenta nuestros puntos de vista".

Peeters también opina que la mala fama de los ‘lobbistas’ es injusta. “En una Europa con tantos Estados miembro y con tanta competitividad, hay que estar atento. Si un funcionario europeo tiene que legislar sobre un ámbito concreto, es normal que consulte a las personas más competentes en ese ámbito”. Explica que su intención es trabajar de la manera “más transparente posible”, aunque admite que “el desconocimiento existente hace que se cree este aire de misterio”.

**Con la colaboración de Vanessa Witkowski y Graziella Jost, de la redacción local de Bruselas.**

Fotos, Marc Serena

**Tomado de [www.cafebabel.com](http://www.cafebabel.com)**