

# vida&artes



## sociedad

El racismo se percibe ya en las aulas



## Esta ley perjudica a mi cliente

Los 'lobbies' influyen en política para modificar las normas ● A diferencia de EE UU y la UE, en España aún no están regulados, lo que les hace oscuros y sospechosos

PABLO XIMÉNEZ DE SANDOVAL

A veces no es fácil invertir 850 millones de euros. Corría el año 2005 cuando cuatro grandes empresas intentaban gastarse esa cantidad de dinero en parques eólicos en la Terra Alta de Tarragona. Cuando no les ponía trabas Red Eléctrica, era el Ministerio de Industria, y, si no, eran problemas con la Generalitat. "Llevaban nueve años intentándolo cuando acudieron a nosotros desesperados", cuenta Agustín de Uribe-Salazar. Su empresa de relaciones públicas, Gabinete Uribe, proporciona servicios de lobby. "Durante un año nos reunimos con todo el que tenía algo que ver con el tema. Pusimos a nuestro favor a Ecologistas en Acción, a Greenpeace y a los ayuntamientos. Al final, conseguimos la declaración de utilidad pública, por la cual se pueden expropiar los terrenos por los que pasan las líneas eléctricas. Con eso, ya puedes empezar a construir, que es lo que se está haciendo ahora mismo".

Una actuación de libro. Pasa

todos los días, en todos los niveles del poder, desde la Terra Alta hasta el palacio de la Moncloa. Nadie que no esté en política lo sabe, porque no tiene regulación ni publicidad, y cualquier información al respecto despierta olor a corrupción. Pero la realidad es que "desde el mismo momento en que un ministro anuncia que quiere regular algo, se ponen en marcha todos los grupos de presión de ese sector", como asegura Alfonso López, director de Reti España, una empresa de lobby con origen en Italia. Su página web no deja lugar a dudas de su entorno de trabajo: recibe con una foto del Congreso de los Diputados.

La acción de los grupos de influencia es paralela a la tramitación de las leyes que les afectan. Su objetivo es que no les perjudiquen y, si es posible, que les beneficien. Primero, asegurarse de que el poder está informado hasta el último detalle de la posición de su cliente, y la comprende. Segundo, llevar el asunto a su terreno.

En cada una de las etapas del

proceso legislativo (ministerio-Consejo de Ministros-Congreso-Senado-Congreso-BOE) se puede influir de alguna manera. Pero es en el Congreso donde la presión es más evidente. "Normalmente, una multinacional te contrata desde la etapa de borrador del proyecto, para monitorizar todo el proceso", explica Alfonso López. "Lo más difícil es influir en el borrador del plan, porque eso lo hacen los técnicos de los ministerios", continúa López. "Pero en el Congreso, sobre todo en situación de minoría parlamentaria, es más sencillo. El grupo mayoritario necesita a otros para sacar las leyes adelante, y tiene que negociar". Por tanto, la situación parlamentaria surgida del 9-M es una mina.

Cuando se pide un ejemplo concreto de la influencia de los lobbies, varias fuentes coinciden en citar como "paradigmático" el caso de la nueva Ley del Medicamento que se aprobó en 2006. En aquella ley se regularon por vez primera los genéricos, y la industria farmacéutica hizo una

potente campaña en la prensa, y en el Congreso, para que todo el mundo supiera que sus ingresos iban a sufrir injustamente.

Julián Zabala, director de comunicación de Farmaindustria, uno de los principales grupos de presión afectados por aquella

ley, explica que "los primeros borradores tenían medidas muy agresivas para contener el gasto farmacéutico". El sector pensaba que eran "eficaces a corto plazo, pero cercenaban la viabili-

dad de la industria farmacéutica en el medio y largo plazo". Con menos ingresos, según sus argumentos, habría menos investigación. El lobby "trató de matizar esas medidas para que fuese menos traumático".

Como grupo de influencia, "nuestra obligación es, primero, que se nos escuche, y después, que se nos tenga en cuenta", dice Zabala. "Tenemos una relación intensa y continua con todas las administraciones". Farmaindustria está atenta "a la Ley del Medicamento tanto como a una circular de una consejería de Sanidad".

**El colectivo se pone en marcha cuando se anuncia una regulación**

**"Con minoría parlamentaria es más sencillo influir", dice un 'lobbista'**

durante la tramitación de aquella ley, Farmaindustria acudió a "muchas, muchas, muchas reuniones", recuerda Zabala. "Si la ley duró un año, que son 50 semanas, pues serían 100 reuniones". Su presidente fue invitado a hablar en la Comisión de Sanidad del Congreso para exponer su posición. Fue uno de más de una docena de expertos y representantes de distintos grupos de presión que acudieron a esa comisión a informar a los diputados.



sociedad

Un senador quiere corregir al Tribunal Constitucional



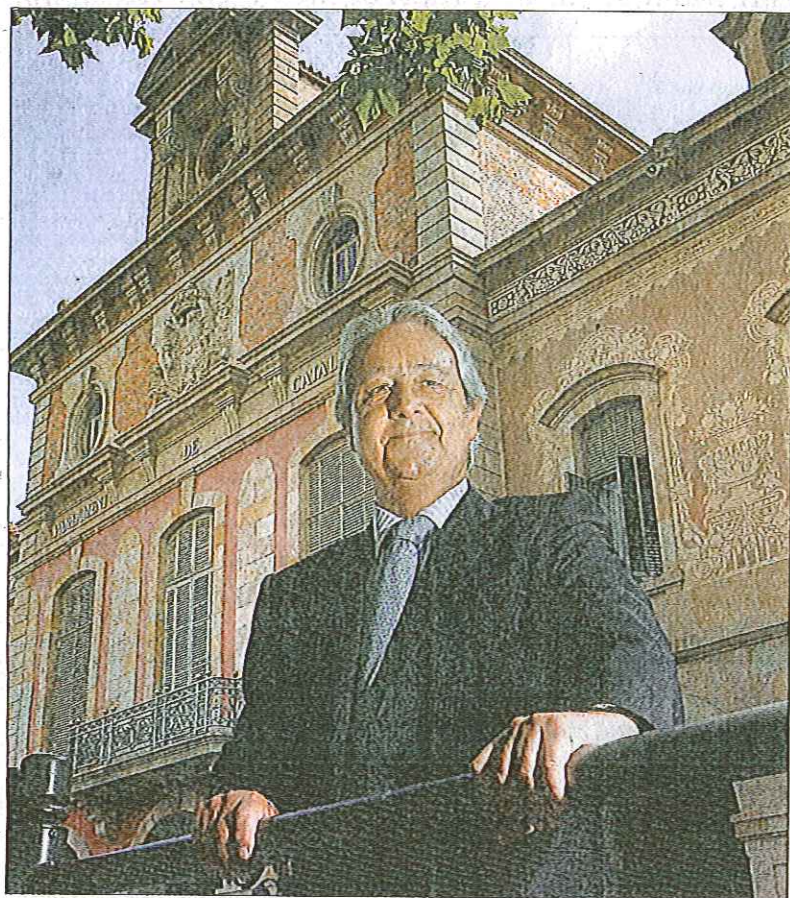
pantallas

'Los Serrano' se despiertan en el último capítulo



pantallas

Las series de Canal + optan a 100 Emmy



En la empresa de Alfonso López citan una frase atribuida a John F. Kennedy: "Los lobbistas me hacen entender un problema en 10 minutos, mientras que mis colaboradores tardan tres días". A decir verdad, es una actividad bien valorada por los políticos. El caso de las leyes sanitarias es paradigmático, porque es un mundo muy técnico donde los diputados y senadores no tienen por qué conocer a fondo aquello sobre lo que legislan. Una veterana en leyes sanitarias, la senadora Rosa Nuria Aleixandre, de CiU, ha visto de todo. Ella es especialista en biomedicina, y afirma que "los lobbistas son buenísimos si tienen delante profesionales, pero son peligrosos si a quien tienen es a alguien que no sabe de lo que legisla".

Aleixandre se declara a favor de que los despachos de influencias "tengan voz en las instituciones". Y rechaza cualquier posibilidad de que industrias tan potentes como las de su ámbito puedan llegar a corromper con su presión a los políticos con los que tratan. "A un legislador es muy difícil comprarlo, porque no hay que comprar a un hombre, sino a un partido entero [para que vote algo determinado]. Puede haber un corrupto, pero no hay formaciones corruptas". En cualquiera de las leyes en las que ha participado Aleixandre, "el mínimo" es reunirse con cinco grupos, y "lo normal" es que sean

una docena. "A favor y en contra, que es lo bueno".

Contactar con un diputado o senador es relativamente fácil (haga la prueba, llame a la centralita). "Lo difícil es lograr implicar a ese político en tus ideas y en la forma de ver las cosas de tu cliente", dice López. Explica que ellos lo hacen todo por escrito: "Se contacta con el diputado o senador [que va a llevar la ley que te interesa] y se solicita una reunión formal. Por escrito, se le dice a quién representas y cuáles son tus intereses. Tiene que llegar a la cita sabiendo todo sobre ti. Esa primera reunión sirve para conocer su posición a priori y que él conozca la tuya. Después, él la contrastará con su partido. Entonces, se convoca a una segunda reunión", para ver si ha cambiado algo.

"En esas citas, yo le digo los problemas que puede causar lo que está haciendo y le presento un *position paper* con la opinión de mi cliente", añade Uribe. El objetivo es salir de ahí con la seguridad de que el diputado entiende de qué manera afectará al cliente la ley que tiene entre manos.

Para un lobby, "hay tres situaciones ideales" en el Parlamento para modificar las leyes a su favor, explica Alfonso López. "Lo ideal es, obviamente, contar con el partido del Gobierno, que ahora es el PSOE. La segunda mejor situación es contar con el apoyo de todos los posibles aliados de

Dos lobbistas profesionales. Alfonso López, en el Congreso de los Diputados, y Agustín de Uribe, frente al Parlamento catalán. / B. PÉREZ / S. SÁEZ

los socialistas, lo que le obligaría a tomar esa posición. La tercera mejor opción es conseguir poner de acuerdo al PP y todos los demás y dejar solo al PSOE, que por no quedarse en esa situación acabará negociando. Pero esto es muy difícil, debido a las diferencias ideológicas que hay dentro de la oposición".

Un ejemplo de esa "tercera mejor opción" sería cuando, en la Ley de Igualdad de 2007, los padres de bebés prematuros hicieron presión para que la ley ampliara el periodo de baja por maternidad en los casos de prematuros. Consiguieron que varios grupos presentaran enmiendas en ese sentido en el Senado. El PSOE se oponía porque era un gasto extra para la Seguridad Social con el que no contaban. Pero los familiares de prematuros pusieron de acuerdo a todos los demás grupos, y los socialistas, aislados, se vieron forzados a aceptarlo.

Agustín de Uribe-Salazar lleva 40 años en el mundo de las relaciones públicas profesionales. Alfonso López, periodista de formación, dirige Reti en España desde hace tres años. Ambos definen el lobby de forma parecida: "Lobby es la actuación trans-

parente ante el legislativo o el ejecutivo para defender un sector o una empresa de aquellas legislaciones que pueden ser nocivas para ese sector o empresa", dice Uribe. "Lobby es toda actuación transparente encaminada a influir en la toma de decisiones o formulación de políticas por parte de la Administración y los poderes públicos", dice López. "El logro del lobby es conseguir una actuación política a favor de tu cliente".

Muchos actores entran en esta definición. Desde la industria farmacéutica hasta Greenpeace, desde el departamento de Relaciones Institucionales de cualquier empresa hasta una asociación de familias numerosas. Y, por supuesto, cualquiera que contrata los servicios de profesionales como Uribe o López. Ambos se definen abiertamente como lobbistas, algo que no es habitual debido a las connotaciones negativas de esta palabra. Lo normal es esconderse como

"Son peligrosos si el político no sabe de su tema", advierte una senadora

"Yo quiero ir bien identificado al Congreso", dice un profesional del sector

asesor de comunicación o, más moderno, *political advisor*.

La Real Academia Española acepta lobby y lo define como "grupo de personas influyentes, organizado para presionar en favor de determinados intereses". En su segunda acepción es "vestíbulo". Ese es el origen de la palabra en inglés. Los lobbistas eran, literalmente, los del lobby, es decir, los que esperaban en el vestíbulo del Parlamento para abordar a los políticos.

Los dos profesionales consultados insisten mucho en una palabra: transparencia. Sin embargo, para la sociedad son invisibles. En Estados Unidos, su actividad se entremezcla públicamente con la parlamentaria. Los medios informan con naturalidad de quién se reúne con quién y para qué. Pero en España no hay ninguna regulación de esta actividad. Sólo se puede hablar de una *regulación negativa*, en tanto que están tipificadas como delito situaciones extremas como las amenazas, los sobornos o el tráfico de influencias. Pero la actividad como tal, que nada tiene que ver con estos supuestos, no está regulada.

¿Por qué existen esas connotaciones de corrupción, incluso en la definición académica de cabildo? "Históricamente, ha habido un error de confundir la compraventa de voluntades con la actividad de lobby, transparente y profesional", asegura Uribe. Para López, el problema es que "en

España ha funcionado mucho la figura del *conseguidor*. Es el tipo que, por haber ocupado un cargo político, tiene ciertos accesos y amistades, y llama en plan 'hola Pepe, oye, te mando un amigo, lo tienes ahí en la puerta del Congreso, atiéndele, por favor'. López se pone del hígado cuando los describe—"Acaban en la cárcel por tráfico de influencias". Es exactamente el perfil con el que los lobbistas no quieren ser confundidos para nada.

En España no es extraño que antiguos políticos, por su conocimiento de los resortes del sistema, acaben trabajando para estos despachos de influencia. El caso reciente más conocido es el de David Taguas, ex director de la Oficina Económica de La Moncloa, que ha fichado como presidente de Scopan, el lobby de los constructores. Taguas defenderá a este sector sentado frente a personas que hace seis meses eran sus colaboradores o subordinados. La ex directora general de Seguros, Pilar González de Frutos, pasó directamente de ese puesto a dirigir la patronal de las aseguradoras, Unespa.

La Comisión Europea ha puesto en marcha este año un registro voluntario de lobbistas en Bruselas, para que pongan por escrito quiénes son y a quién representan. Para dar una idea de la amplitud de la palabra, el primero en inscribirse fue Telefónica.

Uribe está inscrito en el registro de Bruselas. En la sede de la UE cualquiera puede saber quién es él y qué pinta allí. Pero en el Congreso de los Diputados o en el Parlamento de Cataluña tiene que entrar como "visita" del diputado al que va a ver, con una pegatina anónima en la solapa. "Yo lo que quiero es un registro y una acreditación, como los periodistas", dice Uribe.

En el Congreso, los cronistas acreditados están en una base de datos. Se mueven por el edificio identificados con una tarjeta donde pone su nombre y el medio para el que trabajan. El sueño de los lobbistas españoles. Ellos también están allí; pero son invisibles. Eso, opinan, contribuye a hacerlos sospechosos. Uribe insiste en que "el lobbista es otro profesional más en las Cortes. El objetivo de los periodistas es informar al público de lo que pasa allí, y el nuestro informar a los políticos de los efectos de las leyes para su cliente".

Los grupos de presión existen. Influyen en los Gobiernos y en las leyes. Admitido esto, cuanta más transparencia y más profesionalidad, mejor. Alfonso López lo expone así de crudo: "La actividad de lobby es un intangible de las empresas, pero básico en la gestión. Si alguien lo rechaza o le parece algo negativo, debe saber que al otro lado hay competidores suyos que lo están haciendo".

EL PAÍS.COM

Participa. ¿Cree que deberían regularse los lobbistas?