



Tema 10. Lobbying y relaciones públicas

- 10.1 Delimitación de conceptos: grupo, lobby y grupo de presión
- 10.2 Clasificación
- 10.3 Teoría Elitista vs Teoría Pluralista
- 10.4 Normativas
- 10.5 Formas y modos de actuación



Carmen Carretón Ballester, 2022-2023
Todos los derechos reservados



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante



10.1 Delimitación de conceptos: grupo, lobby y grupo de presión

GRUPO

Toda colectividad, conjunto humano y todo sistema de interacciones diferentes de la sociedad global, situación que remite a un concepto meramente explicativo entrado en aspectos exógenos. (Castillo, 2011:20)

GRUPO DE PRESIÓN

Agrupaciones individuales formadas alrededor de intereses particulares comunes, que tienen como finalidad sustancial la asociación para la defensa de esos intereses. (García Pelayo, 1977: 695 en Castillo, 2011:23)

LOBBY

Grupos que tratan de influir en la política. Influencia que se puede realizar tanto en el proceso legislativo como en el ejecutivo o sobre los ciudadanos. (Castillo, 2011:34)

Planificación de las Relaciones Públicas



10.1 Delimitación de conceptos: grupo, lobby y grupo de presión

A pesar de todo, no aparecen diferencias en las funciones que realizan los grupos de presión y los lobbies, como son una posición determinada en las campañas electorales, la educación de la población, la organización de actos multitudinarios como manifestaciones, huelgas, etc...(Castillo, 2011, p.33)

GRUPO DE PRESIÓN

Trabajan por cuenta propia

LOBBY

Trabajan por cuenta ajena

EL LOBBISTA

New lobby

Influencia sobre la opinión pública

Planificación de las Relaciones Públicas



10.1 Delimitación de conceptos: grupo, lobby y grupo de presión

“Los **grupos de presión** constituyen un verdadero gobierno subterráneo, un poder oculto que se contrapone al concepto clásico de gobierno como poder sometido a la intervención del Parlamento. No se trata de una evolución del propio sistema, es decir, de poderes controlados que se hayan convertido en incontrolados, sino de poderes nuevos, nacidos con la evolución de la sociedad, que no han sido aún sometidos a una adecuada y obligada ordenación” (Escobar, 1972: 11).

Planificación de las Relaciones Públicas



10.1 Delimitación de conceptos: grupo, lobby y grupo de presión

FUNCIONES (Castillo, 2011, pp.36-37)

- 1- Saber aconsejar, inspirar, confeccionar y coordinar las actividades de los grupos que represente sobre los diferentes poderes del Estado.
- 2- Relacionarse de manera profunda, amistosa, privada con los personajes clave y tener una red de contactos con los principales niveles.
- 3- Sus contactos deben garantizarle rapidez y agilidad en sus actividades.
- 4- Debe saber y poder comunicar en el momento oportuno las opiniones de a quienes representa, realizar los juicios más adecuados, oportunos y precisos y emplear siempre la verdad.
- 5- Tener presente las técnicas adecuadas para lograr los resultados óptimos.
- 6- Ser inspirador y autor de cartas, discursos...que lleguen a los decisores públicos y saber el momento de realizarlas (*grassroots*)
- 7- Erudición suficiente para saber aconsejar cantidad-calidad de presión sobre un actor político.
- 8- Conocimientos de relaciones públicas, manejo de información y de publicidad y las relaciones con los medios ante las publicaciones de sus representados.
- 9- Inspiradores de informaciones favorables sobre sus mejores interlocutores en el proceso político.
- 10- Pericia e instrucción apropiadas para organizar conferencias, visitas de los hombres públicos a cargo de los grupos interesados y aumentar su grado de conocimiento sobre éstos.

Planificación de las Relaciones Públicas



10.2 Clasificación

TIPOS DE INTERESES DEFENDIDOS

INTERESES MATERIALES



- Intereses de características objetivas (Meynaud, 1962:26),
- Grupos de protección (Moddie y Studdert, 1975:116),
- Grupos económicos (Mathiot, 1952:446)

Se caracterizan por defender intereses materiales, reputación, el honor, la imagen y por la situación socio-laboral que ocupan en la sociedad.

Grupos de protección: **organizaciones patronales** como federaciones industriales, consejos bancarios; **asociaciones de propietarios agrícolas** como las cámaras agrarias, confederaciones de agricultores; los **sindicatos**; las **asociaciones de profesiones liberales**.

Grupos económicos: organizaciones patronales como federaciones industriales, consejos bancarios, patronales...

Planificación de las Relaciones Públicas



10.2 Clasificación

TIPOS DE INTERESES DEFENDIDOS

INTERESES MORALES



- Grupos de promoción de causas (Dowse y Hughes, 1975:468; Sidjanski y Ayberg, 1990:70; Meynaud, 1962:26)
- Grupos de intereses no económicos (Ehrlich, 1976:32).
- Grupos de ideas (García Cotarelo, 1987:342-343)
- Grupos de intereses morales (Denquin, 1985:359-360)

Se caracterizan por defender ideas e intereses de manera desinteresada, en la promoción de causas o de la afirmación de pensamientos.

Movimientos sociales, organizaciones confesionales o ideológicas; movimientos juveniles, feministas...; asociaciones, sociedades e pensamiento....

Planificación de las Relaciones Públicas



10.3 Teoría Elitista vs Teoría Pluralista

TEORÍA ELITISTA

El poder se encuentra en una élite que decide y regula el sistema político

TEORÍA PLURALISTA

El poder es cooperativo. Neocorporativo



“El corporatismo puede definirse como un sistema de representación de intereses en el cual las unidades constituyentes se organizan en un número limitado de categorías singulares, obligatorias, no competitivas, jerárquicamente ordenadas y funcionalmente diferenciadas, reconocidas o autorizadas (si no creadas) por el Estado, a las cuales se les ha garantizado el monopolio de representación dentro de sus respectivas categorías a cambio de procurar ciertos controles en la selección de líderes y en la articulación de demandas y apoyos” (Schmitter 1979: 13).

Planificación de las Relaciones Públicas



10.3 Teoría Elitista vs Teoría Pluralista

Actividades de los grupos	Modelo Elitista	Modelo neocorporativista
Contactos institucionalizados entre grupos y gobernantes	Extraños; los grupos actúan fuera de las instituciones gubernamentales	Muy desarrollados, frecuentes y muy eficaces. Es su actividad principal
Responsabilidades y acciones en la implementación de las medidas	Eventualmente, pero siempre de manera informal	Frecuentes y muy importantes; los grupos son a menudo órganos de ejecución.
Contactos personales entre los representantes de los grupos y los del Gobierno	Frecuentes, particularmente con los elegidos, muy eficaces. Actividad principal	Frecuentes, particularmente con los funcionarios, muy eficaces.
Encuentros de amistad entre representantes del grupo y los del Gobierno	Muy, muy importante, factor clave para los grupos	Poco importante
Lobbying parlamentario y/o contactos con los partidos	Muy importante y realizado con mucha frecuencia	Poco importante y extraño
Campañas para sensibilizar a la opinión pública e influir sobre las decisiones	Muy importante y frecuentes	Poco importante y extrañas
Manifestaciones, huelgas y otras acciones directas	Solo realizada en situaciones extremas	Extrañas de los grupos reconocidos
Sabotaje e insumisión sobre las decisiones	Únicamente realizada en situaciones extremas	Extraño

Planificación de las Relaciones Públicas



10.4 Normativas

Reglamentación por actuaciones exógenas

Simple reconocimiento de la existencia de asociaciones sociales sin ninguna implicación interna de los poderes públicos sobre las motivaciones grupales

Reglamentación por actuaciones endógenas

Preceptos que crean los poderes públicos para permitir su actuación en determinadas instancias públicas

→ EE.UU

Las actuaciones exógenas son las más prolíferas porque indican el inicio del proceso organizador de sus reglamentaciones endógenas

Planificación de las Relaciones Públicas



10.4 Normativas

Principios de las reglamentaciones sobre los grupos de presión

1- El derecho que tiene el público y los poderes públicos a conocer:

- Las organizaciones o individuos (lobbistas y sujetos receptores de la presión)
- Los fondos que se utilizan: procedencia, cantidad y finalidad.
- Los medios de acción y actividades a las que se recurren para alcanzar sus objetivos.

2- Garantizar una igualdad de oportunidades a todos los individuos y organizaciones para poder dirigir peticiones a los poderes públicos:

Planificación de las Relaciones Públicas



10.4 Normativas

Regulación de los lobbies en EEUU

Primer Estado en regular la actividad y diligencias de los grupos de presión sobre las instituciones políticas.

Federal Regulation of Lobbying Act de 1946

Forma parte del capítulo III
de la ley Legislative Reorganization Act

Planificación de las Relaciones Públicas



10.4 Normativas

Regulación de los lobbies en Europa

Andersen y Eliassen (1991:173-) en Castillo (2011:124) resaltan la gran importancia que poseen los grupos de presión en la Unión europea y afirman que la presencia e importancia de estas agrupaciones aumentará considerablemente en los próximos años y a medida que se produzca una concreción normativa de las políticas comunitarias.

Parlamento Europeo y la Comisión

¿Cómo se establece el diálogo entre los grupos de presión y la Comisión?

- 1- A través de comités consultivos y grupos de expertos que asisten a la Comisión en el ejercicio de sus competencias.
- 2- Mediante contactos *ad hoc* no organizados con los grupos de presión

Planificación de las Relaciones Públicas



10.4 Normativas

Regulación de los lobbies en España

La gestión colectiva del conflicto sustituye progresivamente a la acción del gobierno en un número significativo de actividades (Giner y Arbós, 1993:48)

No existe regulación en España

Existe una Proposición de No Ley del diputado del CDS, Rafael Martínez Campillo
23 febrero de 1993

La participación de los grupos sociales en la Administración se encuentra reconocida en la **Constitución Española:**
Art. 9.2 "corresponde a los poderes públicos (...) facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social"
Art. 23.1 se proclama, entre los derechos fundamentales, el derecho de los ciudadanos a "participar en los asuntos públicos, directamente o por medio de representantes libremente elegidos"

Planificación de las Relaciones Públicas



10.4 Normativas

Regulación de los lobbies en España

Esta Proposición de No Ley

3 PROPUESTAS

- 1 Registro público para identificar personas físicas o jurídicas que pueden establecer relaciones con los miembros de la Cámara para informar o ser informados sobre las funciones constitucionales encargadas.
- 2 Establecer condiciones para acceder a ese registro, de manera que permita la identificación pública del operador, del grupo que representa y de sus objetivos
- 3 La solicitud de generar un "código deontológico" que enmarque el funcionamiento de estos grupos de interés en su relación con los miembros de las cámaras.

Planificación de las Relaciones Públicas



10.5 Formas y modos de actuación

1- ¿De qué posición parten los grupos?

- a) Disposición **pasiva** que parte de ser observador y limita la actividad al momento de la actividad final. Posición negativa porque no permite introducir las propuestas del grupo en el proceso creador de decisiones públicas.
- b) Trabajo **activo** en las propuestas en período de consultas. Tienen la ventaja de lograr incidir sobre las propuestas y el poder de influir en la decisión final.
- c) Vocación apriorística que permite identificar las decisiones y acciones futuras para estar prevenidos y poseer, en consecuencia, la potencialidad de minimizar los inconvenientes y maximizar las ventajas. La mejora actuación, la **proactividad**.

Planificación de las Relaciones Públicas



10.5 Formas y modos de actuación

2- Instrumentos de intervención de los grupos

- a) **Negociación y argumentación.** Intercambio de opiniones entre autoridades oficiales y grupos de presión en torno a una cuestión concreta tanto en la fase de elaboración del proyecto como en la fase de cómo se puede aplicar.
- b) **Movilización de los adherentes.** Para realizar demostraciones públicas de la fuerza numérica. Es decir, intentar involucrar a los ciudadanos en la consecución de sus finalidades definiendo a los grupos de presión como grupos de tensión al emplear la vía violenta.
- c) **Utilización del poder financiero.** Se utiliza el dinero para obtener favores y la complicidad de los hombres y de los partidos políticos o se pueden financiar campañas electorales de candidatos o partidos.
- d) **Utilización de todas las facultades legales.** Para oponerse a la aplicación de una determinada medida que vaya contra los intereses del grupo.

Planificación de las Relaciones Públicas



CASOS según instrumentos de negociación

- a) **Negociación y argumentación.** Ley del Sector Eléctrico y del Real Decreto sobre Autoconsumo.
- b) **Movilización de los adherentes.** Las industrias productoras de vacunas
- c) **Utilización del poder financiero.** El caso Bankia
- d) **Utilización de todas las facultades legales.** 200 personas piden el cierre de Garoña en las puertas de la central

Ejemplos en España Utilización de todas las facultades legales

El cierre de la central nuclear, propiedad al 50% de Iberdrola y al 50% de Endesa, fue anunciado en 2009 por Miguel Sebastián, Ministro de Industria del Gobierno de Zapatero. 2012 habría sido su último año de actividad. Nucleonor, propietaria titular de la central, recurrió la decisión, y el 29 de junio de 2012 el nuevo ejecutivo del PP publicaba una orden que allanaba el campo a una nueva apertura.

Pero con un obstáculo: nuevos **impuestos sobre producción y almacenamiento** de la energía creada. El litigio entre la empresa y el Gobierno acabó con la llegada de Alberto Nadal a la secretaría de Estado. Siete meses después de que anunciara el cese definitivo de su actividad, el Consejo de Seguridad Nuclear dio el visto bueno a que la central se mantuviera en la condición de "parada". De paso, el Gobierno aprovechó la tramitación de la **Ley de Fiscalidad Medioambiental** en el Congreso para reducir las cargas fiscales al tratamiento de residuos radiactivos. Una medida, esta, aplaudida por Nuclenor. A comienzos de 2014, tras la modificación del Reglamento de las Instalaciones Nucleares y Radiactivas, la empresa solicitaba una nueva licencia para poner en marcha la central y ampliar su vida útil hasta 2031. "De esta manera, **las eléctricas habrían ganado el pulso al Ejecutivo**, demostrando que contaban con que Garoña era una pieza clave en la apuesta nuclear del Gobierno", subraya TI.

200 personas piden el cierre de Garoña en las puertas de la central



<http://transparencia.org.es/estudio-lobbies-en-espana/>

Ejemplos en España Negociación y argumentación



"Para comunicarse con la Administración, la industria ha optado tradicionalmente por una **interlocución basada en un diálogo directo con los altos niveles** de decisión política", destacan los autores del informe. "Para ello, ha apostado por la estrategia de **contratar a ex altos cargos de la Administración**, esperando así agilizar sus relaciones con el gobierno y obtener estabilidad jurídica". Esta forma de actuar quedó patente durante la formulación de la **Ley del Sector Eléctrico** y del **Real Decreto sobre Autoconsumo**.

Un período de información de la ley presentado "con urgencia" antes del período vacacional, los informes negativos de las Comisiones de Competencia y un "régimen discriminatorio y restrictivo" hacia el sector de las renovables dejaron entrever la mezcla de intereses del sector. "La ausencia de regulación de la práctica del *lobby* ha podido provocar que se regule **escuchando más a unos que a otros**, llegando incluso a establecerse medidas en contraposición con las directivas europeas de energías renovables y eficiencia", señala el informe de TI.

A día de hoy, España es el país con las tarifas eléctricas más altas de la UE. Y, en 2010, cuando ya estaba en marcha el régimen de ayudas a las renovables, recuerda el estudio, **la rentabilidad de los activos de las compañías eléctricas** más importantes de España **se situaba en un 4,1%**, por encima de las otras potencias eléctricas de Europa. No por casualidad, "la imagen de las compañías eléctricas ha quedado también muy dañada, tras un proceso de toma de decisiones de gran interés e impacto público, que ha resultado sin embargo muy opaco a ojos de la ciudadanía".

Ejemplos en España **Movilización de los adherentes**

Las políticas de salud pública para la prevención de enfermedades suponen en España un **0,5% del PIB**, según datos de la OCDE. Y es aquí -en cuidarse antes de ponerse malo, y no al revés- donde entra en juego **la actividad de los lobbies**. El debate generado alrededor de la vacuna de la varicela así lo ha demostrado. Su uso, en España, quedó supeditado a las recomendaciones de las autoridades sanitarias para menores de doce años. Una decisión que la empresa productora de la vacuna no compartió. Y, por ello, impulsó **un gran consumo en niños menores en el ámbito privado**, sin seguir las recomendaciones oficiales. Hasta el punto de que, según datos del sector, en España se utiliza un porcentaje de dosis por cada nacido muy por encima del que se da en Francia o Reino Unido. La decisión de la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios (AEMPS) de limitar su uso a los ámbitos hospitalarios no gustó a la farmacéutica, que recurrió judicialmente la decisión.



Pero el éxito comercial de la vacuna, que también reside en su precio libre, se vio marcado por su promoción entre determinadas sociedades médicas. Un papel fundamental, destaca TI, "lo jugó el Consejo Asesor de Vacunas de la Sociedad Española de Pediatría (...). **Sus miembros han colaborado más o menos intensamente con industrias productoras de vacunas**, por ejemplo en actividades docentes subvencionadas, investigaciones financiadas y participación en consejos asesores de la industria". Una situación que deja fuera de juego la imparcialidad y la independencia de este consejo y evidencia la **"falta de reglas sobre conflictos de intereses"** de las organizaciones que deseen hacer recomendaciones sobre salud pública".

Ejemplos en España **Utilización del poder financiero**



En el caso Bankia "se puede intuir cómo el **lobby financiero desarrolló una serie de influencias indebidas** que contribuyeron al desastre". Así de tajante se muestra el informe de TI en un caso de *lobby* que tuvo su clímax en una **portada del diario *El País*** de mayo de 2014, en la que se desvelaba la presión de Estados Unidos sobre el Gobierno de Rajoy para que interviniera en Bankia.

La historia de la caída del banco se remonta a 2010, cuando Rodrigo Rato, presidente de Caja Madrid, pedía al FROB un **préstamo de 4.465 millones de euros** para sanear sus cuentas. Era el comienzo de un proceso que acabó en **la creación de BFA-Bankia**.

Tras su salida a bolsa y los **3.300 millones de pérdidas registrados en 2011**, debidos al ingente volumen de activos tóxicos, llegó **la dimisión de Rato**. Y, meses después, la **nacionalización de Bankia**. Un proceso que se cerraría solo tras la inyección de **22.424 millones de dinero público** en la entidad. Fue solo entonces cuando salieron a la luz las cifras reales presentadas por los inspectores del Banco de España. Dejaron de manifiesto **"la falta de fundamento de las conclusiones y recomendaciones de la Comisión Ejecutiva del Banco de España y de la autorización de préstamo"**. Los inspectores, además, denunciaron que **"la influencia de la industria ha modulado la actual supervisión (y) se ha relajado la aplicación de medidas correctivas sobre deficiencias observadas por los inspectores"**.

"Parece que los grandes bancos españoles influyeron para que no se desvelaran los graves desajustes económicos de la entidad", señala el equipo de TI. "La estrategia de ocultamiento del Banco de España estaba influida **por el interés de los grandes bancos**", concluye el informe.



Tema 10. Lobbying y relaciones públicas

BIBLIOGRAFÍA

CASTILLO-ESPARCIA, A. (2011). Lobby y comunicación. El lobbying como estrategia comunicativa. Zamora:Comunicación Social.

A Castillo Esparcia, E Smolak Lozano, A Fernández Souto (2017): "Lobby y comunicación en España.Análisis de su presencia en los diarios de referencia". Revista Latina de Comunicación Social, 72, pp.783 a 802.

<http://www.revistalatinacs.org/072paper/1192/42es.html>

XIFRA, Jordi (1998): *Lobbying. Cómo influir eficazmente en las decisiones de las instituciones públicas*. Barcelona: Gestión 2000, pp.63-78 y pp. 181-216.