

---

**Resumen:** En el presente artículo el autor reflexiona acerca del lobby, su evolución, implicancias y su ejercicio profesional, profundizando acerca de su status en el mundo y específicamente en América Latina, en el Cono Sur. A la vez, enmarca la labor de diseñar e implementar una agenda de reuniones con decisores públicos dentro de una estrategia de comunicaciones que sólo corresponde a un trabajo profesional, en el establecimiento de relaciones armónicas de largo plazo. Refiere a la aplicación de una variada gama de técnicas de diagnóstico, construcción de escenarios, identificación de mensajes, elaboración de perfiles de los actores que corresponden a la injerencia del profesional de comunicaciones y relacionador público. Ubica a los expertos en comunicación en asuntos públicos como facilitadores en compatibilizar el interés público y privado, ya que conocedores de la empresa privada, el mercado y las políticas públicas, contribuyen a la construcción de puentes entre mundos de lógicas y culturas a menudo distantes.

**Palabras claves:** asuntos públicos - Comunicación Corporativa - Comunicación Empresaria - comunicación estratégica - Comunicación Institucional - Comunicadores - Dircom - gestión comunicacional - Lobby - management - políticas públicas - público gobierno - públicos - Relaciones Institucionales - Relaciones Públicas - Reputación Corporativa.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en la página 110]

---

Mucho se habla de *lobby*. Sin embargo, tal como se entiende el concepto en el lenguaje común, el lobby es una actividad humana mucho más antigua, que se moderniza con los tiempos y, de acuerdo con estos, complejiza sus herramientas y diversifica sus ámbitos de acción.

La globalización y su revolución de comunicaciones instantáneas también ha contribuido a visibilizar al *lobby* y a motivar un debate sobre su legitimidad dentro del sistema democrático, cuestión que ha permitido diferenciarlo del tráfico de influencias con el que suele confundirse. La complejidad de la vida moderna ha derivado en la regulación y en la profesionalización del *lobby*. El comercio internacional -que depende, en el caso chileno, del 70% del Producto Geográfico Bruto- procede principalmente de países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), quienes no solamente tienen leyes de *lobby* sino que castigan las inversiones en países que no tengan una política de transparencia.

La regulación ha reconocido el ejercicio del lobby como una actividad inherente a la vida moderna y a la toma de decisiones públicas. Su objetivo ha perseguido sacar al *lobby* de la oscuridad de los contactos secretos, para visibilizar y transparentar el máximo de influencias que se han ejercido sobre los decisores públicos.

La profesionalización del *lobby* reconoce su ejercicio como un área de desarrollo específica de la comunicación estratégica y de las relaciones públicas, que requiere de capacidades y habilidades específicas, del uso de una diversidad de técnicas y de una planificación que interviene, generalmente, en el ámbito de las decisiones estratégicas de las empresas.

Hoy, cuando el límite de la acción pública y privada tiende a ampliarse, el espacio para el ejercicio del *lobby* también crece porque precisamente su ámbito de acción son las comunicaciones, la generación de acuerdos entre dos mundos de lógicas opuestas pero necesariamente complementarias, como lo es el mundo de la administración pública y el de la empresa privada.

### ¿Qué se entiende por *lobby*?

En el lenguaje común se entiende como el conjunto de actividades que tienden a influir las decisiones de agentes claves (desde los padres, profesores, jefes o jefas de áreas o empresas, hasta las autoridades políticas o económicas nacionales o internacionales) en favor de quien o quienes las realizan. De este modo, se encuentra aplicado el concepto en el lenguaje coloquial privado, como en el lenguaje de la prensa y otros medios de comunicación.

En el centro de la definición del *lobby* está el verbo influir, pero es más bien buscar influir el elemento que caracteriza su ejercicio. Finalmente, no hay garantía total respecto de que la decisión pública adoptada sea acorde con los intereses de quienes han buscado incidir para que sus intereses particulares no se vean afectados de modo negativo.

Dada la amplitud de acciones de influencia ejercidas, por múltiples actores, en los más diversos ámbitos del quehacer humano, sean públicos o privados, las legislaciones modernas restringen su definición cercandando el espacio de su ejercicio, con el propósito de regular el *lobby* que puede afectar el interés general, es decir, el *lobby* ejercido sobre los actores de la administración del Estado. Por ello, la definición más utilizada por la legislación comparada considera al *lobby* como aquella actividad, remunerada o no, que busca promover, defender o representar cualquier interés legítimo de carácter individual, sectorial o institucional, en relación con cualquier decisión que, en el ejercicio de sus funciones, deban adoptar los organismos de la Administración del Estado y el Congreso Nacional.

La definición que aporta la comunicación estratégica entiende el ejercicio del *lobby* como una actividad permanente, propia de sociedades con actores que necesariamente deben establecer relaciones de largo plazo y que, en consecuencia, deben aprender a convivir armónicamente. De este modo, se define al *lobby* como una herramienta orientada a la construcción de relaciones fluidas y positivas entre actores y personas, agrupaciones y empresas públicas con el Estado, cuyo propósito es hacer presente a las autoridades, los intereses particulares, sus fundamentos y empeñarse en que éstos sean considerados en cuenta por el decisor público.

El *Libro Verde sobre la iniciativa de Transparencia Europea*, cuyo valor reside en el acuerdo internacional que representa, además de la influencia que ejerce en los países en desarrollo como los nuestros, define al *lobbying* como “una parte legítima del sistema democrático, independientemente de que esta actividad sea llevada a cabo por ciudadanos individuales, empresas, organizaciones de la sociedad civil así como por otros grupos de intereses o, incluso, firmas que trabajan en nombre de terceras personas, como responsables de relaciones institucionales, *think-tanks* u abogados”.<sup>1</sup>

## La necesidad de transparentar el lobby

El *lobby* es asociado en el entendimiento común a acciones realizadas ‘a espaldas’ de las personas que puedan verse afectadas. De ahí la necesidad de que las autoridades tengan en cuenta los intereses de todos los grupos que pudieran verse perjudicados por sus decisiones. Sin embargo, muchas decisiones públicas hasta fines del siglo XX y aún hasta hoy, suelen tomarse entre cuatro paredes. La oscuridad de esta toma de decisiones está en la raíz de la sospecha respecto del *lobby*.

El *lobby* ha sido juzgado peyorativamente porque no ha sido una actividad transparente, asumida como tal. Porque se la identifica con la pugna por ventajas inapropiadas o ilegítimas; con acciones que, en la oscuridad del contacto privado, se acerca a la frontera del tráfico de influencias, entendido como pactos de ventajas mutuas -presentes o futuras- entre la empresa y el regulador o decisor público.

La oscuridad en la que se desarrolla el *lobby* ha dado lugar a un sinnúmero de especulaciones respecto del beneficio que pudiera obtener el decisor contactado o a la presión que pudiera haberse ejercido sobre él, aún cuando ninguna de estas situaciones tenga lugar. El *lobby* debe ser regulado para posibilitar que se distinga claramente del tráfico de influencias, asegure su corrección y estimule su transparencia.

En general, todas las Cartas Fundamentales de las Repúblicas consagran el derecho a petición, a través del cual la ciudadanía tiene la facultad de dirigirse a la autoridad legítima para solicitar la ejecución de una determinada decisión a su favor, sea ésta una medida en particular, una respuesta a una inquietud o la acogida a una sugerencia. De este derecho se deriva la obligación del Estado a responder o acoger las inquietudes de quienes se dirijan directamente a las autoridades. Dado que no pueden evitarse las acciones de influencia, sobre la base de este derecho que asiste a todos los individuos y sus organizaciones, lo que debe transparentarse es la forma en que las autoridades públicas toman sus decisiones, de modo que éstas hayan tenido en cuenta a todos los que directa o potencialmente puedan verse afectados. El *lobby* debe ser regulado también para evitar que en esta pugna por incidir en las decisiones públicas, este derecho se vea transgredido y se garantice la igualdad ante la ley.

La igualdad ante la ley no significa que todos tengamos igualdad de incidencia. La incidencia se define --en una sociedad democrática- por la conjunción entre el grado de legitimidad y de poder que tenga el interés argumentado y quien lo enarbola.

La ley debe garantizar el acceso al Estado y, en este sentido, deberían someterse al escrutinio público los criterios con el que las autoridades ejercen esta obligación, criterios que son la mayoría de las veces políticos, pues para eso están en los cargos que detentan, para el ejercicio de gobernar, que no es otro que administrar los recursos disponibles de manera de generar la mayor rentabilidad social, a través de la articulación de los intereses de todos aquellos que puedan verse beneficiados o afectados.

La prevalencia del *lobby* como acuerdos políticos obtenidos fuera de la luz pública, cuyos resultados hayan podido afectar el interés general o no, o bien dar lugar o no a la obtención de privilegios o ganancias particulares, se explica también por la forma vertical en que tradicionalmente se ha realizado el acto de gobernar en nuestras repúblicas. Verticalismo que se ha expresado en la concentración del círculo de toma de decisiones tanto dentro de las instituciones públicas, como respecto de los ciudadanos a quienes pretenden beneficiar. Decisiones concentradas en las manos de unos cuantos expertos o de un grupo validado con la autoridad delegada, lo que

ha contribuido a mantener la idea de un oscuro proceso de decisiones.

Ello agravado en estos tiempos en que las elecciones democráticas se definen por imágenes más que por las propuestas de los candidatos y donde la mayoría ciudadana desconoce la forma en que se ejerce el Gobierno, pues el acto o arte de gobernar, la política, ha sido desacreditado.

Ese proceso de toma de decisiones debe transparentarse a través de un esfuerzo permanente de la autoridad por educar cívicamente a los ciudadanos; y de la propia responsabilidad ciudadana por hacerse parte activa de la comunidad que consciente o inconscientemente igualmente construye. Descorrer el velo, traer la luz, aumentar el conocimiento de cómo se resuelven la diversidad de intereses en las reglas del juego democrático, cercará las prácticas que atenten contra el interés general y permitirá emitir juicios fundados -con la certeza de la verdad, exentos de sospecha- respecto de quienes utilicen maniobras delictivas, intercambio de privilegios, para imponer sus intereses. En América Latina, hasta ahora, sólo Argentina y Perú tienen normativas específicas al respecto. Sin embargo, ambas cuestionadas en su efectividad porque no basta sólo una ley, pues es necesario una total transparencia de los asuntos públicos y una sociedad civil atenta a su gestión. En Chile, el esfuerzo por encontrar una normativa aplicable ya cumple seis años de trámite parlamentario.

### **El surgimiento del lobby profesional**

La multiplicidad de intereses en pugna en toda sociedad democrática es de tal magnitud que la actividad parlamentaria y de Gobierno, en cualquiera de sus niveles territoriales o temáticos, no alcanzan a cubrirlos en su proceso de incidencia o exigencia por regulación o mediación. Y la ley, como expresión del resultado del proceso de negociación política, no puede dar cuenta del dinamismo y complejidad de la cotidianeidad.

Entonces si bien hay un reconocimiento y normas que garantizan la igualdad ante la ley, es un hecho que no todas las personas que detentan intereses tienen la misma capacidad para hacerlos prevalecer, ni todos los intereses van a motivar la intervención del Estado. Cada vez es más claro que quien quiere incidir en la política pública debe tener capacidad de negociación. Resulta evidente que las máximas autoridades de cualquier institución pública reservarán su tiempo para recibir a aquellas personas o grupos de personas que detenten mayor poder, sea éste proveniente de la cantidad de personas que representan, del reconocimiento público que la organización represente, del grado de incidencia que tengan en un sector productivo o social. Aquellas personas, instituciones u organizaciones con menor poder, podrán ser igualmente recibidas por un funcionario público, en virtud de la ley. Pero, en definitiva, a menor poder del ciudadano o grupo de ciudadanos, menor el grado de autoridad al que tendrá acceso.

El Estado de Derecho garantiza el acceso, pero no la influencia que se podrá ejercer. Eso no es materia de ley, es un asunto de política, de negociación, de articulación, de intereses diversos dentro de un marco normativo que se establece en las reglas del juego democrático.

Esta compleja articulación de intereses privados con los intereses públicos requiere de mucho trabajo, de habilidades de negociación y comunicacionales específicas, con el objeto de buscar puntos de acuerdo que contribuyan a la conformación de reglas que garanticen grados de convivencia basados en la libertad y en la igualdad de los derechos de todos.

Esta necesidad de conocimientos y habilidades específicas es lo que ha abierto un campo de acción para el ejercicio profesional del *lobby* como una rama más de la comunicación estraté-

gica. Por lo tanto, el ejercicio del lobby depende cada vez menos de su accesibilidad al decisor público -la certeza de que su llamado telefónico será atendido, la posibilidad de concretar una reunión con prontitud- sino de un abanico de atributos y capacidades en ejercicio que van muchísimo más allá de las redes de contacto de un lobbysta.

### **El ejercicio del lobby profesional**

Lo que un lobbysta profesional pone a disposición de sus representados es su habilidad de negociación. Su conocimiento de cómo se resuelven o compatibilizan la diversidad de intereses particulares dentro del gran mediador que es el sistema de Gobierno; su conocimiento del mapa de actores involucrados en un conflicto; su conocimiento respecto de las políticas públicas y las prioridades políticas de poder Ejecutivo y Legislativo; su capacidad para prever escenarios futuros y de cómo incidir en éstos dentro del juego de fuerzas en ejercicio, y su percepción de la opinión pública.

Es, precisamente, este conjunto de conocimientos y habilidades del lobbysta lo que le permite encontrar puntos de acuerdo entre posiciones disímiles y una salida al conflicto de intereses. Ello, además de su posicionamiento respecto del conflicto, pues si bien es cierto el lobbysta está contratado por una de las partes interesadas, su visión del conflicto está exenta de la carga emocional de los actores directamente involucrados, lo cual contribuye al encuentro de salidas racionales, de un modo más rápido y consistente.

De este modo, el lobbysta contribuye a disminuir los costos involucrados en cualquier conflicto y a la formulación de mejores políticas públicas, pues aumenta el nivel de información especializada respecto de áreas de complejidad creciente.

La política pública se enriquece mientras más puntos de vista contribuyen a su construcción y el lobbysta se encarga de conocer, transmitir y considerar en sus propuestas todos esos puntos de vista para presentar una salida viable a los conflictos, al menor costo económico, político y social posible.

El ejercicio del *lobby*, entendido como tráfico de influencias, como este trato de beneficios mutuos entre el funcionario público y un privado, queda así fuera del marco del ejercicio del lobby profesional realizado a la luz pública.

Existen personas, identificadas como lobbystas, que venden su accesibilidad a ciertas autoridades públicas, la mayoría de las veces sin el conocimiento de éstas. Ello ha generado la impresión de que el lobbysta es un operador político, sin embargo, no son las gestiones informales las que definen esta actividad.

El diseñar e implementar una agenda de reuniones con decisores públicos sólo corresponde a un trabajo profesional, si ésta se enmarca dentro de una estrategia de comunicaciones que considera el establecimiento de relaciones armónicas de largo plazo.

Tal estrategia de comunicaciones, como todo profesional de las comunicaciones sabe y todo relacionador público también, requiere de la aplicación de una variada gama de técnicas de diagnóstico, construcción de escenarios previos, identificación de mensajes, elaboración de perfiles de los actores, en los que la agenda de reuniones es sólo una más de las tareas que se desarrollarán. Cuando una agenda de reuniones se ha planificado en el marco de una estrategia de comunicaciones, se potencia la posibilidad de incidir, pero -vale reiterarlo- nunca se asegura una decisión favorable, sólo entrega certezas de que el mensaje ha sido escuchado.

Así, la estrategia de comunicaciones que se elabora, se funda en tres premisas:

- El derecho y el deber de la empresa de sostener puntos de vista, técnicamente fundados, sobre los asuntos que le atañen.
- El deber del decisor público de tomar en cuenta los intereses que afecta con sus decisiones.
- El respeto a la autonomía de la autoridad para tomar, finalmente, las decisiones que estime convenientes.

Estas premisas o principios no empobrecen ni oscurecen las políticas públicas en la búsqueda de que éstas tengan en cuenta la opinión de los privados. Por el contrario, las enriquecen, las vuelven más armónicas con la vida real.

El *lobby*, entendido como una arista de la comunicación estratégica, contribuye a que la empresa comprenda e internalice nuevas variables de su entorno como un deber de su conducción estratégica; como un requisito del acrecentamiento de su valor; de la solidez de su marca y de la elevación de su competitividad. Ello supone, por lo menos, que las empresas sumen a su bagaje, cinco capacidades:

- Capacidad para comprender y predecir horizontes reguladores, comunitarios y políticos del entorno.
- Capacidad de tener buenas relaciones con las autoridades locales y nacionales.
- Capacidad de negociar frente a controversias con el mundo público y con otros actores del mundo privado.
- Capacidad para evaluar crisis y operar racionalmente frente a ella. Para despejar desconfianzas y evitar anticipadamente consecuencias catastróficas.
- Capacidad para comunicar bien, para comunicarse bien ante la opinión pública, por la vía de los medios de comunicación.

Cada vez más las empresas se han constituido también en actores que, por ocupar espacios, territorios privados que inciden o son regulados desde lo público, han debido desarrollar estas capacidades tan propias del ámbito de la política.

Hay un mundo de diferencia entre las empresas rodeadas de un clima de conflicto en su entorno, de aquellas que construyen a su alrededor espacios de armonía, colaboración, fluidez, conceptos positivos para el mundo y la sociedad en que vive. Ésta es casi toda la diferencia entre las empresas a las que les va bien y a las que les va mal.

El trabajo de empresas externas o especializadas que contribuyan a acrecentar estas capacidades son un aporte a la transparencia empresarial y a la transparencia general de sus comunicaciones con la autoridad, con la competencia, con los ciudadanos, pues contribuyen a mantener claros los límites propios de la actividad productiva con las actividades políticas, posibilitando que la empresa se concentre en lo que le es propio.

Las empresas ya no sólo deben reaccionar ante las imposiciones recibidas desde las instituciones estatales que los regulan ni enfrentarse en litigios judiciales. El enfrentamiento judicial es la última instancia a la que debe recurrir una empresa. La llegada a tribunales supone el fracaso de todas las instancias de comunicación previa, sea con las autoridades, o con los actores del entorno. Este hecho ha derivado en que las empresas ya no sólo necesiten abogados sino especialistas

que fortalezcan su imagen corporativa como condición de su éxito, así como sus capacidades de negociación con los actores de su comunidad.

La existencia de facilitadores expertos en comunicación en asuntos públicos, conocedores de la empresa privada y el mercado y con elevada calidad en el conocimiento de políticas públicas, precisamente contribuye a la construcción de puentes entre estos mundos de lógica y cultura a menudo distantes. Compatibilizar el interés público y el interés privado requiere de mucho trabajo. Para empezar, hay que establecer confianza derribando mitos que entorpecen los acuerdos.

En el mundo de la administración pública, muchas veces, los decisores tienden a actuar sobre la base de una cultura puramente normativa, con grados de ceguera ante los procesos reales que transcurren en el mercado. En tanto, en el mundo de la empresa privada se privilegia la búsqueda de ventajas, no siempre compatibles con el interés general.

Un lobbyista profesional no sólo debe tener una opinión propia respecto del conflicto que afecta a su representado; también debe ser capaz de abrir en su cliente, nuevas perspectivas de comprensión respecto de las políticas públicas del área de su desarrollo, de las tendencias internacionales que inciden en ella, así como del interés y líneas estratégicas de las autoridades con las que debe dialogar.

Por ello, los servicios de comunicación estratégica son o terminan siendo integrales, combinando en una misma empresa expertos en políticas públicas y profesionales de las comunicaciones y otras áreas de las ciencias sociales.

Muchas de las instituciones, empresas u organizaciones recurren a las empresas de lobby, después de haberse contactado con las autoridades ante las que esperaban influir. Tal hecho es un reconocimiento a la especificidad que ha alcanzado el ejercicio del *lobby* en los tiempos actuales y un reconocimiento indiscutible a que el ejercicio del lobby ha adquirido valor porque reduce los costos de la conflictividad y aporta eficazmente a la conformación de relaciones armónicas de las empresas con su entorno, elaborando soluciones que también aportan a eficacia y gestión de las autoridades públicas.

### **Dificultades para la regulación del lobby en Chile**

En el caso chileno, no existe ninguna ley que norme la actividad. Ha sido precisamente la definición del lobby a regular el principal obstáculo.

En los últimos años, el objetivo del Gobierno con la presentación del proyecto de ley fue transparentar todas las acciones de *lobby* sobre los decisores públicos. Tal objetivo fue restringido por el Congreso a las acciones de *lobby* desarrolladas por los lobbyistas profesionales. Es decir, se redujo el foco de la regulación desde la transparencia total de las acciones de influencia sólo a las acciones de influencia desarrolladas por quienes declaran el ejercicio del *lobby* profesional. El problema es que en Chile existen sólo cuatro empresas –consultoras de comunicación corporativa– que reconocen su ejercicio de modo profesional: *Crisis*, *Captiva*, *Burson Marstellers* e *Imaginación*.

No obstante, no son las únicas que ejercen el *lobby* profesional. Éste también es desarrollado por organizaciones gremiales, sindicales, ecologistas, instituciones académicas, consultoras medioambientales, económicas, grandes empresas, estudios de abogados y empresas de comunicación estratégica, sin contar con el *lobby* ejercido por personas de manera individual, entre otros.

Sin embargo, el desprestigio del *lobby* -entendido desde la sospecha que producen los contactos establecidos sin el control ciudadano- ha hecho que muchas de estas empresas de profesionales desconozcan su ejercicio. Y organizaciones sin fines de lucro –como las empresariales, sindicales y ecologistas– se niegan a reconocer el ejercicio del *lobby*, pues dicen que la naturaleza de sus misiones ha sido desde siempre, precisamente, el contacto con la autoridad para la consideración de los intereses de sus representados.

Tal argumento desconoce que cada una de esas organizaciones representa intereses que, pese a ser colectivos, no dejan de ser intereses particulares. Y desconoce también el hecho de que entre éstas existen intereses, la mayoría de las veces, contrapuestos y, en el caso de las organizaciones de gremios empresariales, intereses económicos en pugna de ventajas con otros sectores de la economía o con los consumidores. En consecuencia, resulta un imperativo democrático el que todos esos intereses queden expuestos al escrutinio ciudadano.

Más aún, muchas de estas organizaciones poseen grandes recursos que les posibilitan la contratación de profesionales expertos en negociación y en comunicaciones estratégicas que son, en la práctica -pese a no reconocerlo- lobbystas profesionales contratados por organizaciones sin fines de lucro. Las reuniones que sostienen tales profesionales con los decisores públicos suelen quedar, la mayoría de las veces, en las sombras, a diferencia de las reuniones que sostienen los dirigentes, sus empleadores; reuniones a las que ya asisten con el escenario y el acuerdo previo, laboriosamente trabajado por los primeros, pero al margen del escrutinio público.

Chile es un país que muestra de modo paradigmático la transición del *lobby* desde su demonización a su formalización como actividad profesional. Un elemento que parece aportar una salida al conflicto originado por estas distintas sensibilidades respecto al reconocimiento del ejercicio del *lobby* es el registro de audiencias de los decisores públicos.

Pese a que es considerado un factor de burocratización de la gestión -particularmente por los parlamentarios- el registro de todas las audiencias sostenidas por las autoridades de la administración del Estado, en sus distintos niveles, al menos puede proveer de elementos de escrutinio público.

En este registro, las autoridades no sólo deberán consignar el lugar, fecha de realización y la materia específica tratada en las reuniones con quienes se reconozcan como lobbystas, sino también todas las audiencias y reuniones sostenidas especialmente con “Directivas de asociaciones gremiales, organizaciones no gubernamentales, corporaciones, fundaciones y colegios profesionales; Sindicatos; Representantes legales, directores, gerentes y abogados de las personas jurídicas que persigan fines de lucro; Personas naturales que manifiestamente ejerzan gestiones de *lobby*. Exceptuando de esa obligación señalada a los Ministros del Interior, de Defensa y de Relaciones Exteriores, los subsecretarios de dichos ministerios, los oficiales generales y superiores de las Fuerzas Armadas y los niveles jerárquicos equivalentes en las Fuerzas de Orden y Seguridad Pública, cuando se encuentre comprometido el interés general de la Nación o la seguridad nacional”.<sup>2</sup>

Lo que sí puede dar lugar a una tremenda burocratización, son el número de registros de lobbystas que contempla el proyecto de ley en trámite en Chile, el que establece la existencia de 24 registros de lobbystas!, uno por cada una de las siguientes instituciones: el Consejo para la Transparencia recientemente creado, Contraloría General de la República, Banco Central, Senado, Cámara de Diputados, Corte Suprema, Ministerio Público, Tribunal Constitucional, Tribunal Calificador de Elecciones y Tribunales Electorales Regionales.

No obstante su cantidad, el proyecto ley contempla que todos estos registros estén comunica-



dos entre sí, de modo que automáticamente el contenido de esa información quede asentado en todos ellos. Cada uno de estos registros, según el proyecto ley aprobado hasta la fecha, deberá contar con un reglamento distinto; ¡24 reglamentos! que los lobbystas profesionales deberán tener en consideración. Habrá que ver si esta disposición llega finalmente para formar parte de la ley.

Con todo, el proyecto de ley avanza en la distinción entre las actividades de lobby y las actividades políticas, prohibiendo el ejercicio de lobbystas a todos los funcionarios públicos de las instituciones señaladas, ni las autoridades de los partidos políticos. Prohíbe a los lobbystas el financiamiento de partidos políticos, campañas electorales ni campañas internas de partidos políticos, pactos o coaliciones de partidos. Establece sanciones tanto para quienes ejerzan el *lobby* profesional de manera ilegal como para los funcionarios públicos que no cumplan las obligaciones del registro de audiencias.

### **El futuro del lobbysta profesional**

No obstante estos inconvenientes, estas resistencias al cambio, el *lobby* profesional ya se ha abierto un camino en la sociedad, dada la creciente complejidad de las decisiones públicas en un mundo compuesto por una múltiple y diversa gama de intereses que necesariamente deben ser considerados para el logro de una convivencia armónica.

Como en toda profesión, los lobbystas van acrecentando sus capacidades a través de su ejercicio. Sin embargo, para el inicio de su actividad, éstos requieren de una buena gama de habilidades que generalmente coinciden con la formación académica entregada a los expertos comunicacionales.

Existen en Chile, diversas organizaciones no gubernamentales con interés de declararse lobbystas cuando se apruebe la ley, teniendo en cuenta que varias de ellas ejercen lobby a favor de sus causas, buscando influir en las autoridades y legisladores. Ello se constituirá en un gran paso hacia la transparencia en Chile que seguramente incidirá en el resto de América Latina, dadas las redes que éstas establecen o bien ya poseen.

En las asociaciones gremiales, como se ha dicho, no hay interés en declararse lobbystas y los estudios de abogados están divididos. Hay quienes en virtud de la ley podrían declararse lobbystas o crear filiales de *lobby*, y quienes tienen la posición que el hecho de ser abogados y, por tanto, representantes legales, los exime de declararse lobbystas. Éste será un punto de discusión muy importante a la hora de definir la normativa una vez aprobada la ley.

Se ha observado, un creciente interés de la sociedad civil de informarse sobre el tema. En el último año se han generado espacios de discusión del tema: diversos seminarios han abordado el *lobby* e incluso algunas universidades están abriendo áreas de investigación sobre el *lobbying* como parte del ámbito de las comunicaciones corporativas y la ciencia política.

El lobbysta, en consecuencia, se alejará cada vez más de la imagen de ese personaje oscuro y casi mítico que, por arte de magia, inclina la balanza de las decisiones públicas a favor de sus representados. Su imagen se ajustará a lo que la modernización le ha impuesto como necesidad: un conjunto de personas que articulan e implementan una estrategia de comunicaciones con el objetivo de establecer relaciones armónicas, estables y duraderas entre actores privados y públicos, ubicados en un entorno espacial y cultural determinado.

## Notas

1 Comisión de las Comunidades Europeas (2006). *Libro Verde Iniciativa Europea a Favor de la Transparencia*. Introducción, p.1. Link: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52006DC0194:ES:NOT>

2 República de Chile, Congreso Nacional, N° Boletín 6189-06, Proyecto de Ley que regula el lobby, Texto aprobado por la Cámara de Diputados, Artículo 15.

---

**Summary:** In the present article the author reflects about lobby, its evolution and its professional exercise, deepening about his status in the world and specifically in Latin America. Simultaneously, he defines lobby activities as a professional work framed into the wider scenario of strategic communications, which is oriented to establish harmonic relations of long term between public decision makers and the private economy sector. He refers the application of a varied range of diagnosis techniques, construction of scenarios, identification of messages, design of profiles of actors who correspond to the influence of the professional of communications and public relations people. The author identify experts in communication like facilitators in making compatible public and private interest, since their knowledge about market and public policies, contribute to the construction of bridges between worlds of logics and often distant cultures.

**Key words:** Communication people - corporate communication - institutional communication - Lobby - organizational communication - public - public affaires - public government - public policies - public relations - strategic communication.

**Resumo:** Neste artigo, o autor reflete sobre o lobby, sua evolução, implicâncias, e seu exercício profissional, aprofundando a respeito de seu status no mundo e especificamente em América Latina, no Cone Sur. Ao mesmo tempo, enquadra a tarefa de lobby dentro da comunicação estratégica num trabalho profissional para o estabelecimento de relações harmônicas de longo prazo entre os decisores públicos e o setor privado. Essa tarefa refere à aplicação de uma variedade de técnicas de diagnóstico, construção de palcos, identificação de mensagens, elaboração de perfis dos atores que correspondem à ingerência do profissional de comunicações e relacionamento público. Dispõe aos experientes em comunicação em assuntos públicos como facilitadores em compatibilizar o interesse público e privado, já que conhecedores da empresa privada, o mercado e as políticas públicas, contribuem à construção de pontes entre mundos de lógicas e culturas com freqüência distantes.

**Palavras chave:** assuntos públicos - comunicação corporativa - comunicação estratégica - comunicação institucional - comunicação organizacional - comunicadores - Lobby - políticas públicas - público governo - públicos - relações públicas.

---

(\*) Licenciado en Filosofía de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Cientista Social. Socio fundador y Presidente del Directorio de Imaginacion Consultores, es consultor en Asuntos Públicos y Comunicación Estratégica. [Ver CV completo en la página 153]