

DAVID LUNDY / OLIVIER HOEDEMAN

Desde el aumento del poder político de las instituciones europeas y de Bruselas en las últimas dos décadas, los lobbies corporativos han colonizado grandes zonas del distrito europeo de la capital belga. Se estima que hay entre 20.000 y 30.000 lobistas trabajando en los pasillos de la política europea, la mayoría de ellos para asociaciones y corporaciones.

Hacer lobby se define normalmente como el intento de influenciar una legislación o política. Si concretamos todavía más la definición, se centraría únicamente en representar directamente a aquellos que buscan influenciar a los legisladores. Una descripción más realista incluye diferentes formas de comunicación y campañas que informan o apoyan la formación de una determinada política.

La escena lobista en Bruselas es un mundo extremadamente complejo y nebuloso que solo ahora los activistas están empezando a entender. Se ha hecho algún progreso con la introducción del registro voluntario de transparencia, dirigido conjuntamente por la Comisión y el Parlamento. Pero la auténtica y total transparencia en este sentido es todavía un sueño lejano. La puesta en marcha del registro ha supuesto un paso adelante y una gran decepción al mismo tiempo. Un paso adelante porque muchos lobistas se han registrado, ofreciendo información sobre para quién trabajan y cuánto se gastan. Una decepción porque es voluntario, lo que se traduce en entradas insuficientes e información limitada y a menudo poco fiable.

Al visitar la web del registro de transparencia comprobamos la ausencia de muchos lobistas clave, como algunas de las empresas más potentes del planeta: la agencia de rating Standard & Poor's, la compañía minera Anglo-American, el conglomerado de transporte Maersk, la marca de ropa Levi's o el proveedor de servicios de gestión de riesgos AON. También falta una larga lista de despachos de abogados estadounidenses. Esta situación, con información incompleta e inexacta, refleja el modesto acercamiento y la falta de voluntad política en este asunto.

¿Cómo lo gestiona la actual Comisión, dirigida por Jean-Claude Juncker? En el verano de 2014, Juncker hizo una sorprendente promesa durante su campaña para presidir la Comisión: introducir un registro obligatorio de lobbies. Era la primera vez que un importante político europeo pronunciaba algo así, y parecía representar un giro de 360 grados respecto a la anterior Comisión. Pero mirando ahora hacia atrás, está claro que el equipo de Juncker se pasó buena parte de su primer año en el cargo recalcando en su compromiso de poner en marcha el registro obligatorio, optando por un acercamiento mucho más suave que está lejos de conseguir una auténtica transparencia.

En diciembre de 2014 se introdujeron nuevas reglas relacionadas con los contactos y la publicación de información de reuniones y encuentros, si, pero estas medidas están lejos de cumplir con la promesa de la transparencia. Por

Lobbies en la Unión Europea, ¿quién está al mando?

Puertas giratorias y poca transparencia definen la actividad de los lobistas corporativos en Bruselas



Una pancarta con el equipo de Juncker adorna la fachada del edificio Berlaymont, sede de la CE. UNIANO / AFP / GETTY

poner un ejemplo, cuando repasamos las reuniones con lobistas del departamento de regulación financiera de la Comisión, DG FISMA, encontramos representantes europeos que tuvieron más de 400 reuniones con lobistas en 2015. Más del 90% de esos encuentros se realizaron con el sector financiero y la banca. Solo el 4% se produjeron con ONG o grupos de la sociedad civil.

La política de persuasión

A pesar del secretismo, en los últimos años los activistas han podido desarrollar gradualmente una imagen certera de cómo funcionan los lobbies en Bruselas. La conclusión general es que los lobbies corporativos intentan expresar el mismo mensaje a través de la mayor cantidad y variedad de canales posibles para construir su legitimidad. Este objetivo de "construcción de credibilidad" significa que generalmente los lobbies trabajan simultáneamente en diferentes niveles con el mismo propósito en mente.

Hay por tanto varios tipos de lobistas corporativos, cada uno de ellos especializado en un particular esfuerzo en el negocio de la política de persuasión. Las principales y más obvias son las grandes corporaciones, cuyas oficinas en Bruselas emplean a lobistas que trabajan directamente para promover sus intereses. Entre ellas están Google, Shell, Volkswagen, Phi-

lip Morris y básicamente todas las grandes multinacionales.

Al mismo tiempo, las federaciones industriales y asociaciones profesionales aúnan a compañías que operan en un mercado específico. Casi cada industria imaginable tiene una oficina de lobistas en Bruselas que representa los intereses de las compañías de su sector. Desde la Alianza Danesa para el Coche Eléctrico (Danish Electric Vehicle Alliance) y el Comité Permanente de Médicos Europeos (Standing Committee of European Doctors) hasta CEPIC (Consejo Europeo de la Industria Química), que emplea a 74 lobistas y se gasta más de 10 millones de euros al año en estas actividades. O la Asociación Europea de Mercados Financieros (Association for Financial Markets in Europe), con un presupuesto anual de más de ocho millones de euros para defender sus intereses y 69 lobistas en nómina. Estas asociaciones sectoriales dirigen y coordinan las actividades lobistas en la UE para sus miembros, ya sea a nivel de federaciones nacionales o de compañías individuales.

Los llamados lobbies transversales están entre los más poderosos en términos de impacto político y acceso a los legisladores de más alto rango. Los grupos más influyentes, como el de la Mesa Europea de Industriales (European Roundtable of Industrialists, ERT), un lobby compuesto por los responsables

del TTIP y la Better Regulation son los principales intereses de quienes intentan influir en la política europea

Regímenes autoritarios los contratan para lavar su imagen y maquillar sus atropellos contra los derechos humanos

de las 50 empresas transnacionales más importantes de Europa, o BusinessEurope, la principal organización patronal del continente, son visitantes habituales en el cuartel general de la Comisión.

De hecho el pasado 3 de diciembre BusinessEurope mantuvo un conclave lobista de siete horas en el edificio Berlaymont. El presidente Juncker y varios comisarios estuvieron presentes, reunidos con los CEO de 69 corporaciones multinacionales en lo que supuso una clara y preocupante señal del alcance de la colaboración del equipo Juncker con los grandes negocios. La ERT también tiene una gran influencia desde principios

de los años 80, especialmente en lo que respecta a su principal prioridad: el mercado único. Los CEO de Vodafone, Heineken, Nestlé y Siemens son miembros de este exclusivo club.

Los mercenarios del lobbyismo

Otro tipo de lobistas son los consultores, que normalmente incluyen a los expertos en relaciones públicas y relaciones con los medios, consultores en asuntos institucionales y los que trabajan en las muchas firmas de abogados que hacen lobby para sus clientes. Estos son los mercenarios del lobbyismo, los que ven el asesoramiento estratégico sobre cómo influir en las instituciones europeas. Entre los grandes consultores están Burson Marsteller, Glens y Hill&Knowlton.

En 2015 realizamos dos investigaciones que mostraron, por un lado, cómo estos lobistas conducen el negocio multimillonario del lavado de imagen en Europa, contratados por regímenes autoritarios para apoyar su agenda e incluso enmascarar su historial de atropellos de los derechos humanos. También investigamos sobre el "lavado verde" de quienes más contaminan en el mundo, que contaron con firmas europeas de relaciones públicas durante la Cumbre del Clima de París (COP21).

Las consultoras que hacen lobby son famosas por su habilidad para contar con las figuras más influyentes dentro de las instituciones europeas. Las famosas puertas giratorias. Reclutar a un exmiembro de la UE o que uno de sus antiguos empleados empiece a trabajar en las instituciones europeas es una gran ventaja para el éxito de los lobistas. Este fenómeno de las puertas giratorias utilizadas por funcionarios y políticos está muy extendido entre el sector público y privado, forma parte de la vida en la burbuja de Bruselas, donde las relaciones entre lobistas y legisladores son demasiado íntimas. Por poner un ejemplo, la recién nombrada coordinadora para asuntos del carbón en la Comisión Europea, Aleksandra Tomczak, venía directamente de trabajar en la Asociación Mundial del Carbón, que representa a esa industria.

El principal foco de interés de los esfuerzos lobistas en la actualidad es el Tratado Transatlántico de Comercio e Inversiones (Transatlantic Trade and Investment Partnership, TTIP), un acuerdo comercial entre la UE y Estados Unidos que cubre muchas áreas, desde las regulaciones químicas y la política de empleo hasta la protección de datos o la agricultura. El capítulo Investor State Dispute Settlement (ISDS), que trata sobre el arbitraje entre empresas y estados en caso de conflictos, es el más polémico y ha sido objeto de la mayor parte de la actividad lobista.

Bajo el ISDS, las principales corporaciones internacionales podrán levantar barreras legales contra las decisiones democráticas de los estados soberanos o las asociaciones supranacionales, cuando consideren que esas decisiones ponen en peligro sus beneficios. El TTIP también añade propuestas para la cooperación regulatoria, que pretende desmantelar las existentes barreras comerciales y evitar que surjan nuevas, haciendo que las regulaciones de interés público pasen por largos procedimientos. Nuestra información so-

bre quién hizo lobby en la Comisión de Comercio muestra que, durante la preparación de las conversaciones del TTIP, se produjeron más de 130 reuniones a puerta cerrada. Al menos 119 (más del 90%) de ellas fueron con corporaciones y sus respectivos grupos lobistas. También tenemos información de que DG Trade (Dirección General de Comercio de la Comisión Europea, dirigida por el español Ignacio García Berceiro) perseguía activamente a algunos de los grupos lobistas a las reuniones, invitándoles a las reuniones y pidiéndoles opinión. Este acceso tan privilegiado no estaba disponible para otros grupos de presión no corporativos.

La polémica ha planeado sobre este asunto durante mucho tiempo, y seguramente dominará la escena lobista en Bruselas durante todo este año, a medida que los esfuerzos de las corporaciones aumenten en un intento de reprimir la indignación de la opinión pública por las potenciales amenazas planteadas en las conversaciones.

Otro asunto clave para los lobistas en 2016 será la llamada agenda de la Better Regulation de la Comisión Europea. La Comisión está buscando rector las regulaciones que obstaculizan los negocios, pero muchos grupos que defienden intereses públicos están preocupados porque esto se utilice para atacar los derechos de ciudadanos, trabajadores y consumidores, debilitando las normas y subordinando el bien común a las corporaciones.

La agenda empezó con el ex presidente de la Comisión, José Manuel Durao Barroso, y ha seguido con el vicepresidente primero Frans Timmermans. Se vende como un ejercicio de corte la "cinta roja" y se ha centrado en el lobby corporativo. EuroCommerce, BusinessEurope, EuroChambers, European Roundtable of Industrialists y muchos otros han sido muy activos. Aun así, la sociedad civil también se ha unido y creado grupos de vigilancia para compartir información y observar de cerca cómo avanza este plan.

El conocimiento por parte de la opinión pública es clave para cualquier intento de desafiar el poder de los lobbies. La sociedad es más consciente que nunca del peligro que entraña estar en manos de corporaciones y de la excesiva influencia de los lobbies en los negocios. Esta conciencia social ha ayudado en grandes escándalos como el de 2011, de dinero a cambio de influencia, el de Luxleaks en 2014 o el más reciente Dieseldgate de Volkswagen. Todos ellos han expuesto los problemas que suponen estas normas débiles y una regulación chapucera, y han dañado la imagen de las instituciones públicas tanto en Bruselas como a nivel nacional.

La presión sobre los líderes de la UE y de los estados miembros es muy necesaria. Y aunque estamos todavía muy lejos de lograr lo que se necesita, con el suficiente conocimiento por parte de la opinión pública podremos mejorar la lucha y lograr el ansiado cambio que los ciudadanos tanto necesitan.

David Lundy/Olivier Hoedemans son investigadores de Corporate Europe Observatory, un grupo de vigilancia de los lobbies corporativos en la UE.

Traducción del inglés de Noelia Sastre