

## EL EJERCICIO DEL LOBBY A DEBATE EN LA UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID

- La importancia de la profesión del *lobby* y la transparencia en su ejercicio fueron las principales conclusiones extraídas por los expertos participantes en este encuentro
- La falta de regulación del sector y su escasa oferta formativa en España se posicionaron como algunas de las principales barreras para el completo desarrollo de esta profesión

**Madrid, 30 de noviembre de 2010.-** El Aula Europea de Periodismo de la Universidad Europea de Madrid ha acogido el encuentro *Lobbying, Comunicación e Imagen Pública*, un foro de debate organizado en colaboración con RetiEspaña, donde se dieron cita responsables de relaciones institucionales de grandes empresas, reputados representantes del mundo político y expertos reconocidos del sector a nivel mundial.

La presentación de las jornadas corrió a cargo de Celia Rico, directora del Área de Periodismo y Lenguas de la Universidad Europea de Madrid, y Massimo Micucci, presidente de RetiEspaña. *“Desde nuestra universidad creemos que es fundamental entender la realidad social. Por eso, consideramos necesario organizar este tipo de foros que profundizan en el conocimiento del sector”*, afirmó Celia Rico. Por su parte, Massimo Micucci destacó la necesidad de que existan *“profesionales del lobby formados, con las competencias adecuadas y que defiendan los intereses de los colectivos a los que representan frente a los grupos de toma de decisiones”*.

### La profesión del *lobby*

El diagnóstico del *lobbying* y su situación en España corrió a cargo de Fernando Golmayo, ex-director de Relaciones Institucionales de Microsoft en España, consultor de *Public Affairs* y Vicepresidente y director de Programas de la Asociación de Profesionales de las Relaciones Institucionales (APRI): *“Aunque aún persiste una cierta percepción negativa hacia lobby en España, se trata de una actividad lícita, cotidiana y regulada en medio mundo, que está tomando bastante auge en nuestro país. A este respecto, el lobby profesional es el cauce adecuado para que empresas, asociaciones, ONGs y otras entidades entren en comunicación con entidades públicas de todo tipo, estableciendo un diálogo útil y provechoso para ambas partes. En un mundo cada vez más complejo y regulado, el lobby es un instrumento crítico para el éxito de muchas organizaciones, ya que el interés particular y el interés público no tienen que ser necesariamente incompatibles, es más, este último suele ser una integración de distintos intereses particulares, que se ven siempre mejor representados cuando existe un diálogo efectivo y constructivo con las Administraciones Públicas.”*

José María Peredo, director del departamento de Periodismo y Humanidades de la Universidad Europea de Madrid, abordó la profesión desde el ámbito educativo, incidiendo en la necesidad de que los estudios de *lobbying* sean tratados como una materia independiente, donde confluyan disciplinas como la comunicación y las relaciones públicas, las ciencias políticas, el derecho, las relaciones internacionales, el periodismo y la administración y dirección de empresas. *“El Espacio Europeo de Educación Superior ofrece una gran oportunidad ya que, en la actualidad, la oferta formativa de esta materia es escasa y muy especializada”* afirmó Peredo, quién hizo hincapié en la necesidad de que estos estudios se encuentren vinculados directamente con la actividad profesional.

Por su parte, Carlos Sánchez, responsable de Relaciones Institucionales de Electrolux, explicó la labor del *lobbying* ante una situación de crisis empresarial, a través del caso práctico que ha vivido esta compañía con el

Conoce toda la actualidad de la Universidad Europea de Madrid en nuestra sala de prensa online <http://www.uem.es/es/gabinete-de-prensa> y síguenos en Twitter [http://twitter.com/uem\\_prensa](http://twitter.com/uem_prensa).

Toda la información sobre Reti España en <http://www.retionline.es/> y en <http://twitter.com/retiespana>

cese de la producción de su planta de Alcalá de Henares. *“Ante la compleja situación que vivía la compañía, trabajamos intensamente para atender a los principales públicos –medios de comunicación, autoridades políticas y trabajadores-. Hoy estamos satisfechos porque a pesar de todo la empresa ha conseguido ser transparente”*, afirmó.

El papel del *lobby* en la empresa global fue analizado por Esteban Egea Sánchez, *Governmental Programs Executive* de IBM España y Portugal y Secretario General de AETIC (Asociación Empresas de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de España). Egea explicó el proceso del *lobbying* que, en su opinión, *“debe buscar los asuntos prioritarios a resolver para saber qué interesa y encontrar el punto de conexión”*.

Teresa Nevado, directora de proyectos de la Coordinadora Española para el Lobby Europeo de Mujeres (CELEM), aseguró que su objetivo es *“la defensa de los derechos y oportunidades de las mujeres. Tenemos una capacidad de presión muy importante a nivel europeo y, en nuestro país, hemos estado siempre en la discusión en torno a las políticas de igualdad”*. Durante su ponencia, aportó ejemplos de la labor de CELEM para conseguir objetivos como el aumento del número de mujeres en el Parlamento Europeo y la Comisión Europea, así como medidas de protección para las mujeres víctimas de violencia de género y la aprobación de una Directiva sobre los permisos de maternidad y paternidad.

### **Lobbies en la Unión Europea**

La presidenta de Interel y vicepresidenta de SEAP (*Society of European Affairs Professionals*), Catherine Stewart, destacó las características de la profesión en el marco europeo. *“El lobby en la UE está basado en la visión global; es más importante lo que sabes que a quién conoces, es multicultural, democrático y transparente”*.

Por su parte, el portavoz socialista en el Parlamento Europeo, Juan Fernando López Aguilar, habló sobre Bruselas como *“la ciudad, después de Washington, donde se concentran un mayor número de lobbies, donde se toman decisiones que afectan a los 27 Estados Miembros”*. López Aguilar, quién cerró las jornadas con una conferencia magistral, repasó cómo se ha ido perfilando la actividad del *lobbying* dentro de la UE y señaló que *“el Parlamento Europeo está obligado a mantener una interlocución cuanto más abierta, equitativa y transparente, mejor”*. También destacó que la actividad del *lobbying* *“es concebida como instrumento de garantía para que se produzca un mayor acierto legislativo”*.

### **Transparencia y Open Government**

Las primeras jornadas sobre *Lobbying, Comunicación e Imagen Pública* contaron con una mesa redonda en la que se trataron los conceptos de Transparencia y *Open Government*, desde las ópticas de diferentes representantes empresariales e institucionales involucrados en el proceso del *lobby*.

Alfonso López, director general de comunicación de Endesa, insistió en que *“vivimos en una sociedad híper regulada y resulta increíble que nadie en España haya pensado en una regulación del lobbying”*. Mientras, Alejandro Nurnberg, *Managing Director* de la consultora FTI, apoyó esta afirmación diciendo que *“el lobby debe estar formalizado para la mejora de su práctica”*. Por su parte, José María Quijano Riestra, director de Relaciones UE y Normativa de la CETM (Confederación Española de Transporte de Mercancías) afirmó que *“el contacto diario con las instituciones europeas es fundamental, ya que hay que estar presente, dando soporte”*.

Milagros Mostaza, directora de Interel Asociaciones destacó que *“la relación entre las asociaciones y el Gobierno es fundamental y, por ello, es necesario que las asociaciones sean totalmente transparentes en torno a quiénes son sus miembros y qué representa cada uno de ellos”*. En esta misma línea, el asesor parlamentario del Partido Popular (PP) y profesor de Derecho a la Información, Borja Aduara, afirmó que *“lo*

Conoce **toda la actualidad** de la **Universidad Europea de Madrid** en nuestra **sala de prensa online** <http://www.ue.es/es/gabinete-de-prensa> y síguenos en **Twitter** [http://twitter.com/uem\\_prensa](http://twitter.com/uem_prensa).

Toda la información sobre **Reti España** en <http://www.retionline.es/> y en <http://twitter.com/retiespana>

*primero que hay que plantearse en nuestro país es el marco jurídico de la transparencia de la información. Las Administraciones Públicas están obligadas a ser transparentes, a excepción de aquellas materias declaradas como Secretos Oficiales. La regla general que, por tanto, debería imperar en el ámbito público es la publicidad, al igual que en la vida privada, la privacidad. Sin embargo, actualmente estamos en un 'mundo al revés', en el que las Administraciones Públicas cada vez son más opacas y, sin embargo, lo sabemos todo de la vida privada de los particulares."*

La postura diplomática vino de la mano de Luca Ferrari, Ministro Consejero de la Embajada de Italia. "Los diplomáticos hemos creado el lobby porque protegemos los intereses de nuestro país. Sin embargo, la protección de los principios fundamentales de los ciudadanos, defensa, seguridad y política internacional, se ejerce de una manera más efectiva desde la privacidad".

### **Lobbying y campañas políticas**

La experiencia del lobby en campañas políticas fue abordada por la analista y profesora de Comunicación Política Internacional de la Universidad Europea de Madrid, Alana Mocerí. "En Estados Unidos, millones de dólares de intereses corporativos financian las campañas políticas, cosa que no ocurre en España. Este dato explica que exista una percepción negativa del lobbying, por el dinero que mueve y el temor al intercambio económico de influencias."

Por su parte, Claudio Velardi, socio fundador de Reti SpA, *Running* y vicepresidente de *Pay per Moon*, habló sobre la construcción de la imagen política en las recientes elecciones italianas de la región de Lazio. Tras comparar las estrategias de los candidatos que optaban al poder, afirmó que "la pérdida de peso de los partidos, el acento en la personalización de los candidatos y la eficacia de las estrategias tradicionales son datos clave a tener en cuenta para el éxito de campañas políticas, no sólo en Italia, sino en todo el mundo".

**La Universidad Europea de Madrid** pertenece a la red Laureate International Universities, líder en Educación Superior, con más de 600.000 estudiantes en más de 50 instituciones y 24 países. Actualmente cuenta con 7 Facultades y Escuelas, cuatro Centros de Postgrado y el Centro Profesional Europeo de Madrid, donde se imparten Ciclos Formativos de Grado Superior, que acogen a sus más de 14.000 estudiantes. Su actividad se sustenta en tres valores fundamentales: su dimensión internacional, una firme vocación profesional y su compromiso con la calidad académica del siglo XXI, que le han llevado a liderar la construcción del Espacio Europeo de Educación Superior en nuestro país.

Es la primera universidad en el mundo que ha recibido la certificación de calidad Qualicert y la primera universidad española en conseguir la ISO 14001 por sus campus de Villaviciosa de Odón y La Moraleja. También ha recibido otros reconocimientos como el EFQM 200+ a su sistema de gestión y EFQM 400+ al sistema de gestión del servicio de biblioteca. Recientemente la Universidad Europea de Madrid ha obtenido el Premio Madrid Excelente, un galardón otorgado cada año por la Comunidad de Madrid en reconocimiento a la calidad y excelencia de las compañías que orientan su gestión hacia el cliente y logran su confianza.

**RetiEspaña** es una compañía líder en Lobbying, Government Affairs and Media Relations, que comenzó su actividad en 2001. Posee una amplia experiencia en Relaciones Institucionales a través de una extensa red de contactos con los principales decisores políticos, económicos y mediáticos de España.

**RetiEspaña**, filial de la compañía italiana Reti SpA, desarrolla su actividad en un amplio abanico de escenarios, en sectores como la energía, telecomunicaciones, salud, farmacia y tecnología. **RetiEspaña** forma parte de la red internacional de agencias de Lobbying Interel.

**Bassat Ogilvy Comunicación**

Inmaculada Vela: 91 451 21 22 / e-mail: [inmaculada.vela@ogilvy.com](mailto:inmaculada.vela@ogilvy.com)

Lucía Mateo: 91 451 21 32 / e-mail: [lucia.mateo@ogilvy.com](mailto:lucia.mateo@ogilvy.com)

Conoce **toda la actualidad** de la **Universidad Europea de Madrid** en nuestra **sala de prensa online** <http://www.uem.es/es/gabinete-de-prensa> y síguenos en **Twitter** [http://twitter.com/uem\\_prensa](http://twitter.com/uem_prensa).

Toda la información sobre **Reti España** en <http://www.retionline.es/> y en <http://twitter.com/retiespana>