

SOCIOLOGÍA POLÍTICA

Cristino Barroso Ribal

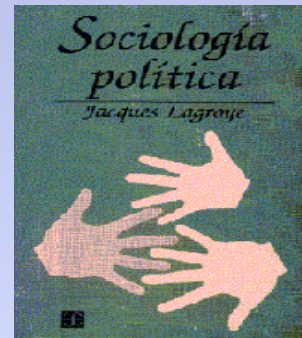
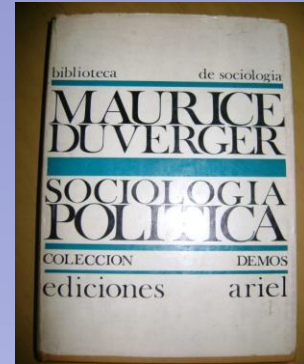
Lección 7.- Grupos de presión.

7.1. Definiciones y tipos.

7.2. El modelo anglosajón: lobbies.

7.3. El diseño continental europeo: acuerdos; consejos económicos y sociales.

7.4. Grupos de interés, asociaciones, ONG, Fundaciones, movimientos sociales...



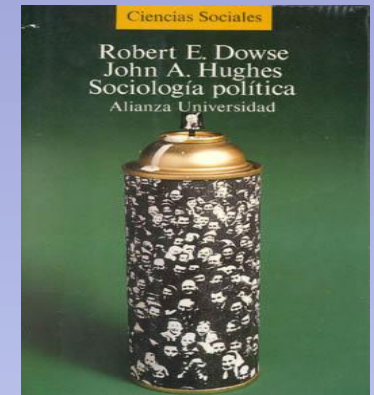
LECCIÓN 7.- GRUPOS DE PRESIÓN

Aunque la literatura en sociología política habla más de *grupo de interés*, prefiero la denominación de *grupos de presión* ya que se ajusta más a la realidad: son organizaciones (formales la mayoría) que pretenden influir sobre los gobiernos, tanto a la hora de promocionar (o derivar, o frenar) una ley o una medida, como en el momento de gestionar recursos o servicios (políticas) que para tales colectivos son vitales controlar.

Precisamente, en su base social, su tamaño, y en la capacidad de coacción o determinación de las políticas se diferencian esos grupos de presión.

El primer aspecto es meramente cuantitativo.

El segundo es cualitativo y depende de su ubicación, sus redes, sus estrategias, su poder.



LECCIÓN 7.- GRUPOS DE PRESIÓN

Para Duverger, “*mientras los partidos políticos pretenden conquistar el poder y ejercerlo a través de las instituciones del Estado, los grupos de presión se limitan a actuar sobre el poder, permaneciendo en su exterior, y presionan o influyen sobre los hombres que están en el poder. Su finalidad es orientar la acción del poder hacia sus intereses, sin asumir las responsabilidades de la decisión política*” (Instituciones Políticas y Derecho Constitucional, Ariel, Barcelona, 1970, p. 72).



LECCIÓN 7.- GRUPOS DE PRESIÓN

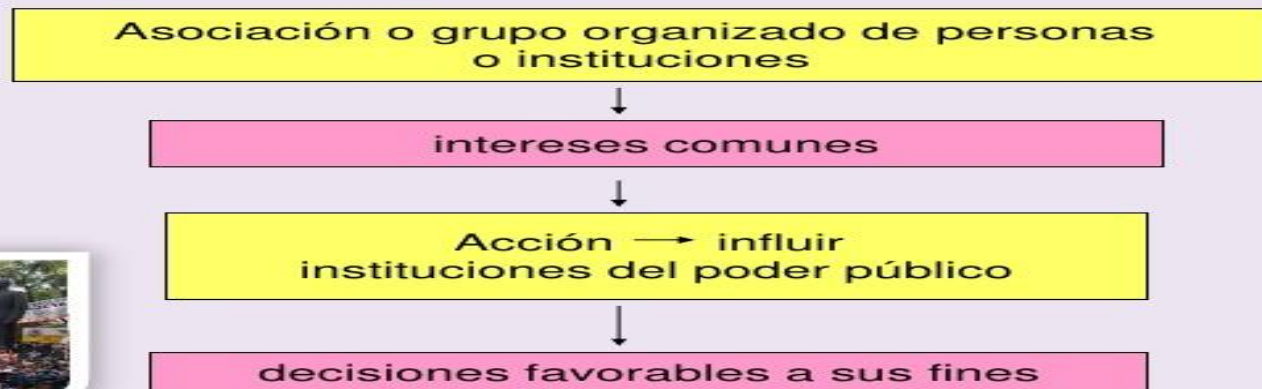
De este modo los grupos de presión son al tiempo sujeto e instrumento de acción política. Como sujetos actúan, intervienen, para promocionar una iniciativa legislativa o política, o para defender determinados intereses y a personas y colectivos concretos. Como instrumento son agrupaciones intermedias entre el poder político y la ciudadanía.

En esta definición entran los clubes de encuentro, opinión y pensamiento (*think-tanks*); fundaciones, ONG; organizaciones patronales y empresariales; asociaciones profesionales; entidades recreativas y culturales; movimientos sindicales y gremiales; federaciones, movimientos y agrupaciones estudiantiles; la prensa y demás medios de información y comunicación (incluyendo Internet); los poderes fácticos: Clero, Fuerzas Armadas, oligarquía financiera, grandes compañías y multinacionales, etcétera.

LECCIÓN 7.- GRUPOS DE PRESIÓN

Con todo, un grupo de presión es *aquel que ejerce su influencia sobre el sistema político y administrativo del Estado, de forma directa, y también no directa o diferida, en apoyo y defensa de sus valores, ideales y principios, así como de sus propios intereses privados, parciales y/o colectivos, y, a su vez, los de sus representados formales o informales, anónimos o nominales, con el fin de obtener determinadas concesiones a través del ejercicio de la presión dentro del ordenamiento jurídico y la legalidad vigente, y también fuera de él.*

¿QUÉ SON GRUPOS DE PRESIÓN?



7.1. Definiciones y tipos

GRUPOS DE PRESIÓN

ZIEGLER los define como «*conjuntos organizados que tratan de influir en las decisiones gubernamentales, sin pretender situar a sus miembros en cargos públicos*».

SCHWARTZENBERG precisa que es «*una organización constituida para la defensa de un interés, que ejerce una presión sobre los poderes públicos para obtener de ellos decisiones conforme a sus intereses*»

JOSEPH LA PALOMBARA y **MYRON WEINER** nos mencionan que «*carecen de la voluntad de tomar el poder, sólo pretenden influir y presionar sobre los detentadores del poder político*».

7.1. Definiciones y tipos

CARACTERÍSTICAS

1. El sujeto del grupo es siempre **plural**.

2. Tiene un **interés común** a sus integrantes.



3. **No** busca asumir la titularidad del **poder**.

4. El “grupo de presión” es **fuerza política** de gravitación en el proceso estatal de la toma de decisiones.

7.1. Definiciones y tipos

CLASIFICACIÓN

SEGÚN AUTORES...

Grupos promocionales

Grupos seccionales

McKenzie



Maurice Duverger



Grupos de Masas

Grupos de Cuadros

7.1. Definiciones y tipos

CLASIFICACIÓN

SEGÚN SU NATURALEZA...

Grupos de personas y grupos de organizaciones

Grupos exclusivos y grupos parciales

Grupos privados y grupos públicos

Grupos directos y grupos indirectos



7.1. Definiciones y tipos

TIPOLOGÍAS DE GRUPOS DE PRESIÓN

1.

- Según el **interés defendido**: grupos de interés (de protección) y grupos de ideas (de promoción).

2.

- Por su **naturaleza** se puede establecer la diferencia entre grupos privados y grupos públicos.

3.

- Según el tipo de organización y de miembros <<**DUVERGER**>>.

4.

- El **ámbito de actuación**: los grupos de presión nacionales y los internacionales.

LA ACTUACIÓN DE LOS GRUPOS DE PRESIÓN

1.

- La eficacia de la acción de los grupos de presión dependerá de la combinación de sus elementos en una organización dada.

1.1.

- El control de los medios comunicativos.

1.2.

- El control de los medios de producción y distribución (lo más estudiado).

7.1. Definiciones y tipos

INSTITUCIONALIZACIÓN DE LOS GRUPOS DE PRESIÓN

- Los grupos de presión, al incrementar su importancia en la vida política, han sido reconocidos por parte de los poderes públicos.
- **La constitucionalización.**
- **La regulación legislativa.**

RELACIONES DE LOS GRUPOS DE PRESIÓN CON LOS PARTIDOS POLÍTICOS

- Subordinación de los grupos de presión a los partidos.
- Subordinación del partido a los grupos de interés.
- Dposición entre ambas organizaciones, bien por parte del grupo hacia el partido.

FUNCIONES DE LOS GRUPOS DE PRESIÓN

- **ALMOND** y **POWELL** consideran a los grupos de presión como elementos que presentan demandas sociales a los centros donde se toman las decisiones, como las estructuras que en las sociedades desarrolladas cumplen la función de «articulación de intereses».

7.1. Definiciones y tipos

FORMAS DE PRESIÓN



PERSUASIÓN.

Recurren a la información y a la propaganda a través de los medios de comunicación. Recurren a negociaciones con personas que desempeñan funciones publicas.

INTIMIDACIÓN.

Mediante campañas de prensa, la conspiración en silencio, la negación de ayudas o la creación de dificultades, la acción directa inspirada en las huelgas y el boicot.



CORRUPCIÓN.

Subvención de partidos políticos, a los que luego solicitaran un rendimiento de cuentas; obsequios o invitaciones especiales a líderes políticos y administradores públicos.

7.1. Definiciones y tipos



7.1. Definiciones y tipos

ASPECTOS FAVORABLES	ASPECTOS DESFAVORABLES

7.2.- El modelo anglosajón: lobby

En la regulación de la actividad de los grupos de presión existen diversos diseños: 1) el modelo anglosajón (Reino Unido y, sobre todo, USA), fundamentado en los lobbies; y 2) el diseño continental europeo, basado en los acuerdos tripartitos (Estado, organizaciones, asociaciones) y en la puesta en marcha de consejos consultivos (económicos y sociales, sobre todo; de participación ciudadana).

A lo largo de la historia (y en la actualidad) ha habido presencia de poderes fácticos (Iglesia, ejército, corporaciones públicas y privadas, medios de comunicación) que explícita o implícitamente han influido de forma directa o indirecta sobre los gobiernos, tanto en democracias como en dictaduras (modelo latino), permitiendo en ocasiones la participación de otros grupos (sindicatos, asociaciones, ONG).

7.2.- El modelo anglosajón: lobby



□ El reconocimiento y el rol asignado a los grupos de presión por el ordenamiento jurídico-político.

La orientación norteamericana:
consiste en regular y establecer límites de su acción jurídica.

Lobbying

Antecedentes

- En 1876 aparecieron en EEUU normas sobre registro de lobbyistas, y hay normas similares en el Reino Unido, Canadá y la Unión Europea.
 - Los principios tras las regulaciones son que se reconoce el lobby como un derecho de todo ciudadano para hacer valer sus intereses frente a las autoridades así como el resguardo de la transparencia y la confianza pública en toda actividad de un gobierno representativo.
- En EE.UU el lobbying esta protegido por la Constitución y por la Ley Federal de Regulación (1946) que establece un registro de los lobbyistas, su sueldo, sus objetivos, para quienes trabajan.



7.2.- El modelo anglosajón: lobby



Marco jurídico- político en EEUU

Primer enmienda (Libertad de expresión)

1946 (FLA) . De imposible aplicación por la sentencia de la Corte Suprema

1996 Artículo de divulgación de Lobby:

- Registro
- Seis meses de reporte

Obama: una nueva forma de comunicarse “Revolving door”



7.2.- El modelo anglosajón: lobby

Lobbying

Definición

- La expresión lobby (o cabildeo) se define como la actividad que una persona o grupo de personas con intereses determinados (políticos, económicos, religiosos, etc.) hace para influir en las autoridades públicas con respecto a ciertas decisiones o políticas que pueden

EL LOBBY

CONCEPTO

- "(...) la acción de influenciar sobre el órgano de decisión en la esfera del poder político. La actuación persuasiva sobre el poder público. El esfuerzo para influenciar, la tentativa, la acción para obtener algo".



OBJETO

- Es actuar al lado de las fuentes generadoras de decisiones políticas y legislativas, con el fin de ayudar a organizar y defender una posición empresarial <<e incluso de política de Estado>>. para favorecer el crecimiento o los objetivos de una institución, empresa o Estado.



7.2.- El modelo anglosajón: lobby

Lobbying

Significado

- Deriva de su significado original, que es el salón o vestíbulo contiguo a un salón de sesiones parlamentario o a la oficina de un ministro, espacio en que esas autoridades eran de fácil acceso para que un ciudadano interesado se acercara a dialogar con ellos.

ORGANIZACIÓN

- Es un proceso que contiene las etapas de formación de contactos, estrategia, dinámica operativa, negociación, retroalimentación, coordinación y relación con los medios de comunicación masiva (*massmedia*).



ESTRATEGIA

- El planeamiento de la estrategia de *LOBBY* involucra, además, la alineación de determinados medios como la *mass media* (medios de comunicación), el medio ambiente interno (del país donde actúa), el análisis de las posiciones políticas de los aliados o de los oponentes.



7.2.- El modelo anglosajón: lobby

Lobbying

¿Qué busca la práctica del lobby?

- Práctica que pretende lograr influencia en la aprobación de leyes por medio de la constitución de un grupo de interés, cuyos miembros logran votos a favor de una ley o en contra de una determinada medida legislativa.
 - Las organizaciones mantienen lobbyistas que se relacionan con gobiernos extranjeros, grandes empresas o grupos de ciudadanos. Ellos pueden estar preocupados por una ley específica, o su modificación, o con decretos reglamentarios y regulaciones estatales.



7.2.- El modelo anglosajón: lobby



- El término "lobby" se usa de forma negativa porque da una imagen de grupos impositores de sus ideas.
- El lobby ha existido siempre y forma parte de las ideologías de la sociedad en su mayoría.
- En ámbitos empresariales se utiliza la influencia del cabildeo sobre legisladores y políticos.
- Si los lobbys son organizados y tienen acceso al poder mediático pueden influir rápidamente en la política.

7.2.- El modelo anglosajón: lobby



Lobbying

- El objetivo del lobby puede variar desde conseguir hacer aprobar, bloquear o enmendar una legislación, hasta conseguir una regulación reglamentaria favorable, obtener un contrato del gobierno o una decisión favorable del Presidente. Generalmente, las mismas tácticas se utilizan en niveles provinciales o municipales.

AFP (Agence France-Presse)

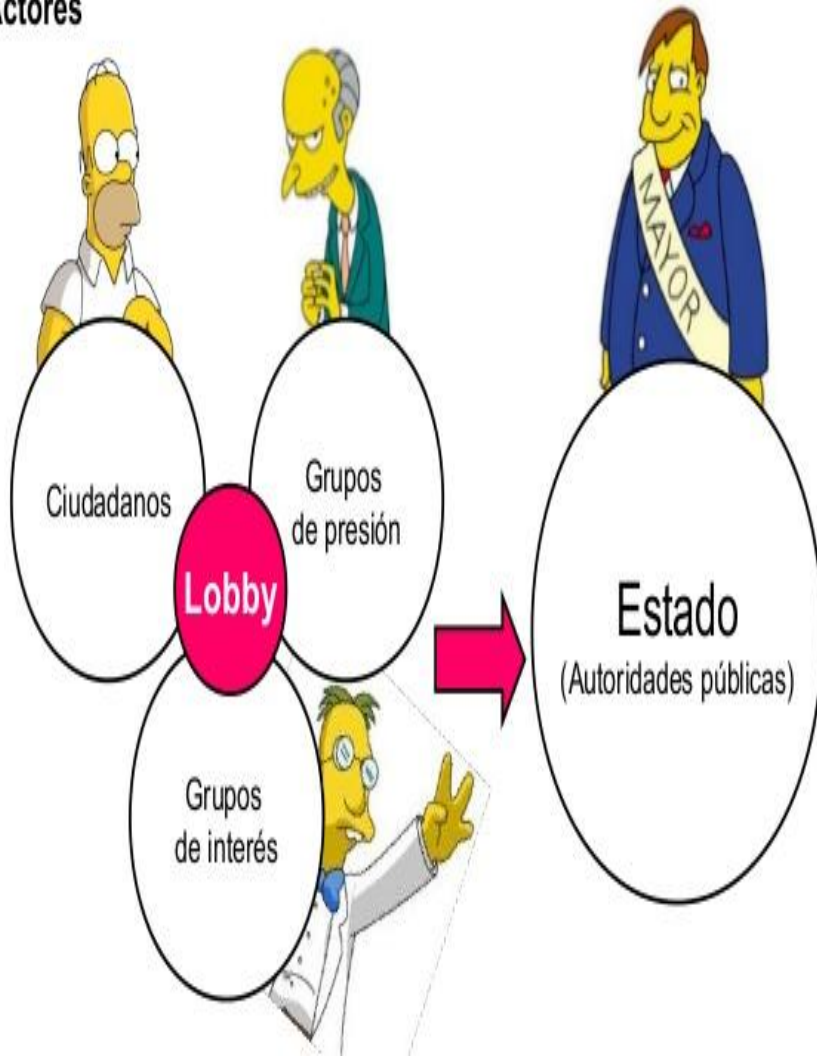


7.2.- El modelo anglosajón: lobby

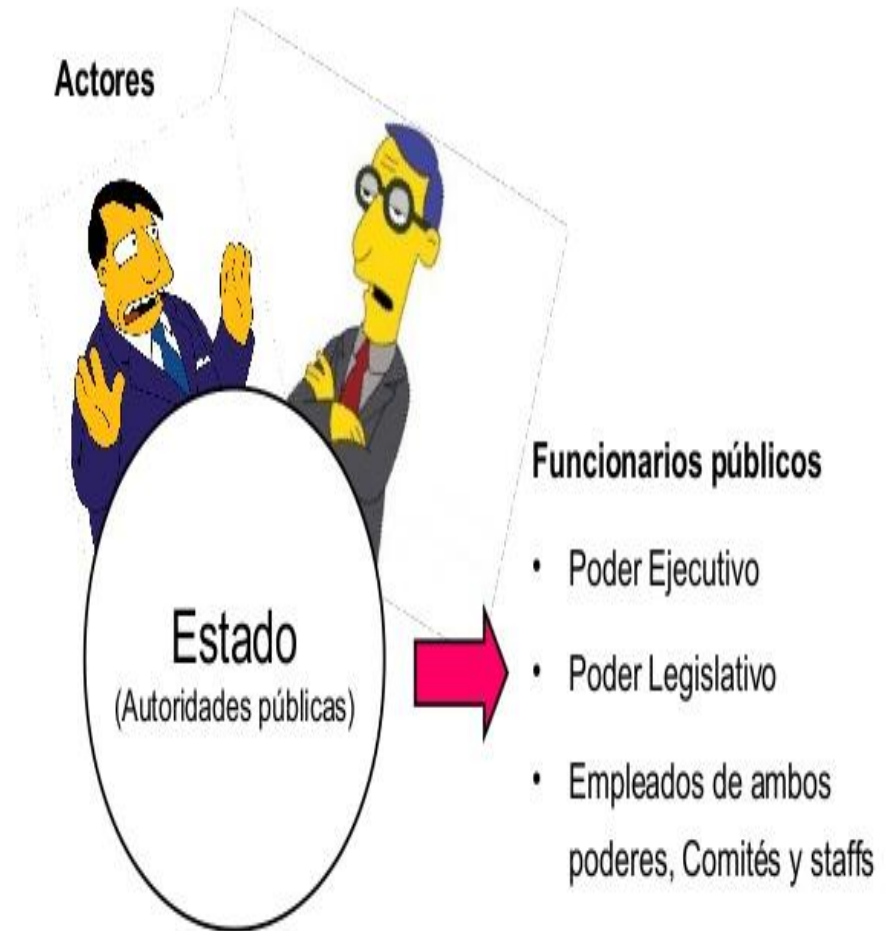
Lobbying

Lobbying

Actores



Actores



Lobbying

Elementos del lobby

- El lobby es la actividad desarrollada por ciertos influyentes en los pasillos del Congreso y otras oficinas de gobierno para obtener una resolución o una ley favorables a los intereses que representan.
 - Hay aquí cinco elementos que merecen ser analizados:
 - a) la influencia
 - b) los pasillos
 - c) la posibilidad de lograr una ley o una resolución deseada
 - d) la ventaja obtenida en favor de intereses particulares
 - e) el carácter oneroso de dicha actividad



7.2.- El modelo anglosajón: lobby

El lobbyista



- El lobbyista es la persona que trata de influir a favor de ciertos grupos de interés, que debería ser un técnico experto, capaz de comunicar y explicar temas complejos y delicados, en una forma clara y comprensible.

- INFLUIR A FAVOR DE CIERTOS GRUPOS DE INTERÉS

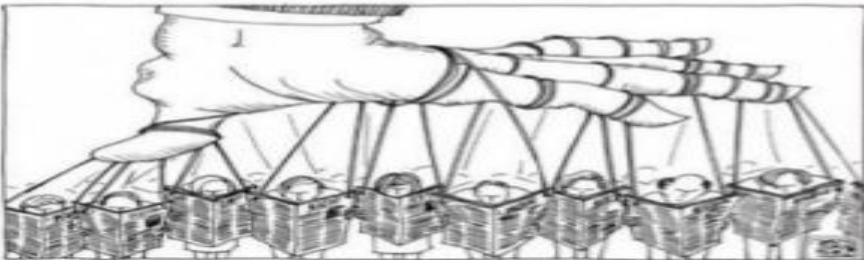
7.2.- El modelo anglosajón: lobby

Lobbying

¿Cómo lo hace?

- Los lobbyistas tratan de influenciar a los funcionarios a través de contactos personales o sensibilizando a la opinión pública a través de los medios de comunicación.

Contacto a través de los medios de comunicación



Contacto con funcionarios



**NO ME DES
LA RAZÓN
COMO A LOS
TONTOS**

7.2.- El modelo anglosajón: lobby

Lobbying

Tráfico de influencias

- El lobby se diferencia del tráfico de influencias y de la corrupción en el sentido de que no ofrece pagos, favores o recompensas a las autoridades por actuar a favor de personas o grupos organizados, sino que simplemente hace esfuerzos por dejar constancia de sus intereses para que sean tomados en cuenta a la hora de tomar una decisión ejecutiva o votar una iniciativa legal.



LOBBY Y EL TRAFICO DE INFLUENCIA

Lobby

El lobby excluye tanto el intercambio, insinuación u oferta de beneficios, privilegios o ventajas para un funcionario

Trafico de influencia

Conlleva un intercambio de favores, beneficios o privilegios de carácter privado entre un actor privado interesado y un funcionario

El Gobierno te ofrece dos opciones para la tarifa de la luz:
LA SECRETA, que sólo conocerás cuando te cobren.
LAS ALTERNATIVAS ofertadas por las eléctricas, hasta un 30% más caras que la secreta.

Nos tratan como a imbéciles mientras los señores del oligopolio eléctrico que ficha a exministros se frotan las manos.

7.2.- El modelo anglosajón: lobby

LOBBY Y CORRUPCION

- Críticas a las actividades de lobby:

Amenaza para la democracia y la representación popular;

Amenaza para los principio de igualdad de oportunidades,

Amenaza para el funcionamiento del libre mercado y la competencia

Amenaza para el deber del Gobierno

Relaciones indebidas entre el poder económico y el poder político

La regulación del Lobby

A favor:

La transparencia parece ser el instrumento más efectivo para la regulación de las actividades de *lobby*.

Acceso ciudadano a la información pública: requisito y complemento indispensable para la regulación del *lobby*.

En contra:

Es inconveniente e innecesario, porque lobby no es otra cosa que hacer gestión o solicitar algo.

7.2.- El modelo anglosajón: lobby



Marco jurídico- político en Europa

La autorregulación (SEAP, Unilever, Burson-Marsteller)

Código Europeo de buena conducta administrativa, EP 2001, recientemente adoptada por todas las agencias de la UE

Iniciativa Europea de Transparencia (ETI) 2005 (Comisión, Consejo y Parlamento)

Parlamento Europeo, Registro para acceder a

Comisión Europea (6.08)

Registro voluntario de los grupos de presión que buscan influir en la toma de decisiones políticas.

- *(505 vs 2000 entidades)*
- *Bufetes de Abogados*
- *Junio 2009, revisión a fondo:*
 - *Nombre personal de los lobbyists*
 - *Inversión del cliente*
 - *Registro único de las Instituciones Europeas*

**MIS AMIGOS SON COMO LOS CD'S
LOS MEJORES ESTAN RAYADOS "**

7.3. La concertación social

El reconocimiento y el rol asignado a los grupos de presión por el ordenamiento jurídico-político.

orientación europea de la

democracia consociativa : prevalece en países escandinavos en Austria tiene como base fundamental el acuerdo trilateral.



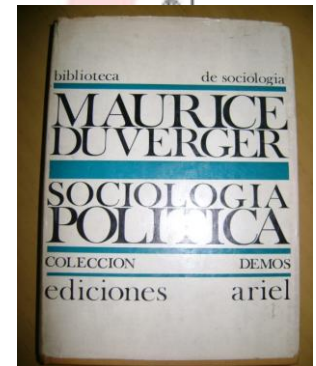
(*) BASADO EN HECHOS REALES

7.3. La concertación social



Marco jurídico- político

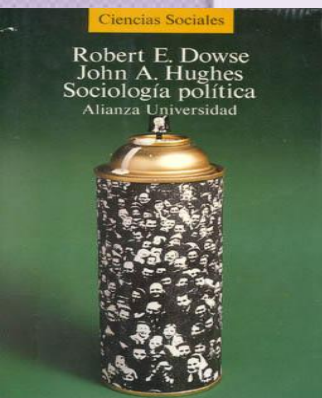
- Vías alternativas a los partidos políticos
- ¿Complemento de la representación?
- Forma asociativa
- Son formas de hacer:
 - RR.PP.
 - Despachos de abogados
 - Puestos de *legislative affairs* o encargado jurídico en ONGs y empresas
 - Presidente de la compañía
- Inserción institucional:
 - Consejos Consultivos
 - Audiencias en el Congreso



7.4. El diseño continental europeo

□ El reconocimiento y el rol asignado a los grupos de presión por el ordenamiento jurídico-político.

orientación europea de los Consejos Económico-Sociales: Esta orientación tiende a encausar la participación de los grupos de presión en órganos consultivos, representativos de los diversos grupos organizados de carácter económico y social.



7.5. Poderes fácticos



7.5. Poderes fácticos



7.5. Poderes fácticos

Medios de comunicación

Abusan de su poder

Saben lo que sienten la gente

Influyen en la vida política



7.5. Poderes fácticos

SINDICATOS COMO GRUPOS DE PRESIÓN

SINDICATO

Es una organización integrada por trabajadores en defensa y promoción de sus intereses

Sociales

Económicos

Profesionales

7.6. Grupos de interés y otros

ALUCINANTE

- Díaz Ferrán modelo de empresario
- Blesa y Rato modelos de banqueros
- Bárcenas modelo de tesorero
- Camps y Matas modelos de políticos
- Urdangarín modelo de emprendedor
- Las preferentes modelo de inversión
- Tú y yo antisistemas

La Justicia no es igual para todos



¿PORQUÉ ES NECESARIO?



Por la incapacidad del poder para acopiar en sus manos la información



Para armonizar el interés de un grupo con el de toda la sociedad.



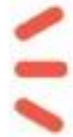
7.6. Grupos de interés y otros



□ Diferencias entre grupos de presión y grupos de interés.

Se diferencia conceptualmente del grupo de presión es que el *grupo de interés*, busca la realización de sus necesidades mediante sus actividades profesionales. En cambio *grupo de presión* busca forzar el proceso de decisiones del Estado en su favor e intereses.

7.6. Grupos de interés y otros



Tipos de grupo de presión

Asociaciones / Uniones / Confederaciones
Sectoriales - Regionales

Empresas / Grupos Empresariales

ONGs
Interés General

Consultores Externos:
Jurídicos / Comunicación / Gestión / Ex-Políticos



El Gobierno te ofrece dos opciones para la tarifa de la luz:

LA SECRETA, que sólo conocerás cuando te cobren.

LAS ALTERNATIVAS ofertadas por las eléctricas, hasta un 30% más caras que la secreta.

Nos tratan como a imbéciles mientras los señores del oligopolio eléctrico que ficha a exministros se frotan las manos.