



LUIS ANTONIO GODINA HERRERA
PRESIDENTE DE LTG LOBBYING MÉXICO



POLÍTICA / ECONOMÍA

‘LOBBYING’ Y DEMOCRACIA

En democracia el *lobbying* es uno de los instrumentos principales que puede emplear la sociedad civil para influir en las políticas públicas. A través de su práctica, acerca información adicional a quienes toman las decisiones y así se materializa, según la legislación de cada país, el derecho de petición y de audiencia. Por ejemplo, en México está consignado en el artículo octavo de la Constitución General de la República y en Estados Unidos es parte de los derechos civiles prácticamente desde su nacimiento como país independiente.

No obstante, también ha sido visto como una actividad que evita la toma de decisiones o en todo caso la modifica o retrasa. Su desarrollo en Estados Unidos, por ejemplo, ha estado vinculado a escándalos de corrupción que han obligado a hacer más severa su regulación. Por su parte, la Unión Europea ha experimentado una evolución no necesariamente vinculada con los excesos de nuestro vecino del norte. La pregunta básica es si el *lobbying* resulta necesario o si los Poderes Ejecutivo, Legislativo, Judicial y los organismos autónomos por sí mismos pueden allegarse la información y elementos necesarios para optimizar el ciclo de una determinada política pública.

El derecho de los ciudadanos a ser atendidos, a ser escuchados, a participar en la esfera pública en igualdad de circunstancias frente a quienes detentan el control del Estado es el objetivo del *lobbying*, de ahí su utilidad. El *lobbying* es una de las formas en que se ejerce el derecho de petición de ciudadanos en lo individual o bien de organizaciones, empresas y corporaciones. Cabe señalar que los órdenes de gobierno diferentes al federal también lo emplean para lograr mayores recursos para sus comunidades o bien para influir en leyes que pudieran afectar a sus regiones.

Es en este contexto, el *lobbying* es uno de los componentes básicos de la democracia, es un instrumento que forma parte de ella pero que no necesariamente la determina. Representa, sí, la posibilidad de influir en la toma de decisiones en torno a las políticas públicas, desde posiciones minoritarias; también se constituye como uno de los mecanismos a través del cual los actores sociales se vinculan con los poderes públicos. Es una de las formas en que la minoría puede hacer llegar sus demandas a quienes, desde el Poder Ejecutivo, Legislativo, Judicial u órganos autónomos, determinan el sentido, los tiempos y los efectos estimados de las alternativas que se ponen a su consideración. Una buena definición de *lobbying* que lo diferencia de las relaciones públicas es la que lo ubica como una actividad técnica que llevan a cabo los diferentes actores a fin de influir en el proceso de toma de decisiones de la política pública.

En este sentido, debe ser un proceso y no una actividad aislada. Si se desea influir en el Gobierno o en los cuerpos colegiados en donde se generan las leyes o las sentencias, se tiene que contar con una estrategia de *lobbying* en la que se establezcan y cumplan etapas específicas. Al contrario de las relaciones públicas, el *lobbying* propone una relación permanente con los poderes públicos.

Sin duda tiene mayor incidencia cuando se trata de Gobiernos divididos, es decir, cuando en el Congreso no tiene mayoría ningún grupo parlamentario. En ese caso la negociación es fundamental para alcanzar acuerdos, asimismo, las minorías pueden hacer valer sus votos. Los grupos de interés, también de manera legítima, acercan información para que las decisiones se tomen con el mayor sustento técnico posible.

En el momento en que los Gobiernos divididos se desvanecen, el acercamiento con el poder público se hace cupular. Los actores se reducen y las posibilidades de incidir también. Pero la movilidad de la sociedad civil puede hacer que las mayorías no apabullen y el *lobbying de tierra* haga factibles ajustes a alguna política pública.

En México el *lobbying* ha existido bajo formas y mecanismos de negociación y operación diferentes. Podemos identificar las siguientes etapas del *lobbying* en nuestro país:

- 1929-1968: centrado en el Ejecutivo, el Congreso jugaba un papel secundario.
- 1968-1994: directo, pero fueron ganando posiciones los partidos y grupos opuestos al PRI.
- 1994-1997: semiabierto, grupos y partidos lograron imponer agenda.
- 1997-2012: abierto el Gobierno dividido originó que grupos de interés y empresas dedicadas iniciaran esta actividad. La actividad de los gobernadores cobra fuerza.
- 2012-2021: centrado en el Ejecutivo.

Como se observa en el cuadro anterior, la existencia de Gobiernos divididos es lo que profundizó la actividad del *lobbying*, mientras que en el momento en que se tuvo un Poder Ejecutivo fuerte y con mayoría en el Congreso, la actividad bajó su intensidad. Sin embargo, existe un mercado de *lobbying*; el Registro de Cabilderos de la Cámara de Senadores y de la Cámara de Diputados asciende a 583, la mayoría son cámaras empresariales, grandes corporativos de empresas, personas físicas y, en menor medida, firmas especializadas. La regulación en México existe y en la página web de ambas cámaras se puede obtener datos del padrón de cabilderos y los informes que se les pide a las y los legisladores sobre reuniones o encuentros con los mismos.

En síntesis, a pesar de los cuestionamientos, el *lobbying* o cabildeo está vivo –tiene más de cinco siglos de estar presente en la vida política de los Parlamentos– y debe transparentarse. Tiene poco que ver con tráfico de influencias o relaciones públicas y mucho con la necesidad de fortalecer los aspectos técnicos de quienes diseñan, proponen, aprueban, instrumentan y evalúan una política pública. Esa es su misión y su esencia.

