

ARRIBEN ELS «LOBBIES»

Els telèfons del poder

La celebració, a Barcelona, del «Simposi sobre la funció 'lobby' a Europa i els EUA» ha permès rellançar el debat sobre el paper dels grups de pressió en les decisions dels polítics. Amb la integració europea, moltes d'aquestes pràctiques s'hauran de regular.

Ramon Aymerich

Imagini que vostè és empresari, i necessita que un amic li faci una trucada a un polític perquè li solucioni un problema. Això és tràfic d'influències. Ara bé, vostè planteja el mateix problema a una empresa especialitzada que li gestionarà —de manera transparent i utilitzant els mètodes que cregui convenients— la solució del problema. Això és fer *lobbying*. L'aclariment el feia **Ramon Trias Fargas**, conseller d'Economia i Finances de la Generalitat de Catalunya, a un grup de periodistes entestats a esbrinar on acaba i on comença la legalitat d'aquestes pràctiques.

La paraula *lobby* suscita encara in-

quietud i s'associa de manera immediata a corrupció i secretisme. La realitat és tota una altra. I això és el que intentaren argumentar els diferents ponents que participaren al «Simposi sobre la funció 'lobby' a Europa i els Estats Units», que aplegà a la Llotja barcelonina vora tres-cents assistents, quasi tots empresaris. Amb la celebració de l'encontre, el Centre de Relacions Autònòmiques de la Generalitat pretenia acostar els oients a un debat que, des de fa un parell d'anys, recorre els cercles polítics i econòmics europeus. «Un debat —explicava **Josep Garcia Reyes**, subdirector del CRA— que es fa cada dia més urgent. Del que es tracta és de definir quina és la relació exacta entre els grups de pressió i el poder polític en una so-

cietat tan complexa com la nostra».

Perquè els grups de pressió existeixen, actuen. A Berlaymont, a la seu de la Comissió Europea a Brussel·les; prop de la Moncloa... allà on es couen les grans decisions polítiques i econòmiques. Una trucada oportuna, un sopar ben preparat, un dossier clar i contundent, una campanya d'imatge ben orquestrada... tot això val més, sovint, que qualsevol altre criteri raonat. «Que tot això es legalitzi —comentava Ramon Trias Fargas a tall de conclusió—, que es reguli, és molt important per a nosaltres. Cal estar preparats i començar a pensar en aquests termes». Moda americana d'importació o simple constatació de la realitat. En qualsevol cas, el *lobbying* és una professió amb futur.



DOMENEC UMBERT

EUA: més 'lobbistes' que polítics

«Abans, els *lobbistes* eren representats, a les tires còmiques dels diaris americans, com un senyors amb cigars que oferien bitllets als periodistes per fer-los callar. D'aleshores ençà ha plogut molt, i ara ningú s'inquieta per la seva presència», explicava **Ronna A. Freiberg**, *lobbista* que actua a Washington.

Bufets d'advocats, assessors especialitzats, consultories, els *lobbistes* adopten les fórmules més diverses i representen tota mena d'interessos: països estrangers, consumidors, sectes religioses, però sobretot grans empreses. Tant fa el color dels representants, ja siguin esquerres o dretes, ecologistes o fonamentalistes religiosos, tots tenen cabuda en una pràctica institucionalitzada i regulada per la llei. Els *lobbistes* només tenen un objectiu, influir en les decisions dels legisladors, i per aconseguir-ho, poden desplegar un veritable arsenal de tècniques: mobilitzacions, sondejors, dossiers, campanyes de comunicació i, especialment, un setge implacable dels legisladors escollits.

El *lobbying* és una pràctica reconeguda als EUA des de fa molts anys. Però sota el mandat de **Ronald Reagan**, els *lobbistes* s'han multiplicat. El pes creixent dels mitjans de comunicació i la descentralització política propiciada per successives legislacions en la dècada dels 70, ha convertit un ofici quasi clandestí, mal vist, en una professió prestigiosa, ben remunerada. Fins al punt que destacats membres de l'administració han optat per abandonar el seu càrrec i, aprofitant la seva xarxa de relacions, dedicar-se al *lobbying*.

Les acusacions de tràfic d'influències han sovintejat a les darreries de la presidència de Ronald Reagan, i han adquirit especial virulència en la persona de **Michael Deaver**, antic conseller de Reagan i prestigiós *lobbista*, que es deixà fotografiar el 1986 a la portada de la revista *Time* amb un telèfon a la mà i amb el títol «¿A qui truca aquest home?»

Amb l'arribada de Georges Bush a la presidència, les crides a l'ètica dels polítics s'han convertit en una constant de l'administració. Però res no sembla inquietar els *lobbistes* —que s'han convertit en un complement essencial de la maquinària política americana.

Congressistes i senadors participen en l'elaboració de les lleis, no segueixen cap disciplina de partit, i necessiten els dossiers dels *lobbies* per argumentar les seves posicions. «Ja tenim prou feina. ¿Què fariem sense l'ajuda



DOMÈNEC UMBERT



De dalt a baix: Carles Gasòliba, Samaritana Ratazzi i Giulio Ripa di Meana.

dels *lobbistes*?» exclamen alguns polítics, per als quals l'assessorament dels *lobbies* s'ha fet imprescindible. Ser polític costa car als EUA, i es calcula que l'aportació dels *lobbistes* —dietes, viatges, conferències...— pot representar fins a un 40% dels ingressos d'un congressista.

Brussel·les: nou mercat de treball

La conveniència o no de legalitzar els *lobbies* a Europa està a l'ordre del dia. Per al polític francès **Pierre Rossanvallon**, «seria bo que tothom actués a cara descoberta. És sorprenent que no s'abordi el tema dels grans grups de pressió, i que aquests s'amaguin sota la retòrica de l'interès comú». Cap país del continent té legalitzat el *lobby*, però la indústria de la influència manté oficines a París o Milà, sempre amb els ulls posats a Brussel·les.

Allà s'actua sense contemplacions. Els corredors de la Comissió vessen de personatges que, dossier sota el braç, intenten arrancar una decisió favorable dels polítics. Cambres de comerç, associacions professionals, bufets d'advocats, empreses especialitzades —sovint dirigides per antics eurofuncionaris— serveis jurídics d'empreses, etc.

Però són els joves lleons de l'*enginyeria política*, gent com la italiana **Samaritana Ratazzi**, o els belgues **Gunter Paoli** o **Bernard Le Grelle**, els que estan obrint camí. Format als EUA, Le Grelle ha importat les maneres i les tècniques més sofisticades dels *lobbistes* americans. A través de la seva empresa Interel, aconseguí acabar amb el monopoli postal de l'estat francès per compte de les empreses internacionals de missatgeries. L'operació fou definida com modèlica i es considera avui l'abecé del *lobbying* a l'europea, que ell defineix com l'estratègia del 5 x 20 per cent: «en el *lobbying* intervenen, a parts iguals, el dret, l'economia, la política, la diplomàcia i la comunicació».

Per a aquest home, que diu que practica «l'estratègia de les influències», el nombre de *lobbistes* a Brussel·les pot ser, d'ací a pocs anys, de deu a quinze mil. «Es prendran moltes decisions importants i el *lobby* té el futur assegurat». Res el desanima, ni el fet que els sistemes polítics europeus tinguin poc a veure amb l'americà ni que els diferents parlaments de cada estat tinguin aturades les legislacions sobre el tema. «La batalla per la nostra legalització —assegura— serà llarga. Però n'hi haurà prou amb una directriu europea perquè es faci complir als dotze estats membres». □