



Alberto Alemanno

Hoy día las empresas están bajo un control público sin precedentes”

Alemanno, uno de los principales promotores del movimiento ‘The Good Lobby’, defiende que la ciudadanía use tácticas de presión para implicarse en las decisiones de gobiernos y empresas

La democracia no es sólo llamar a los ciudadanos a votar sino también todo lo que sucede entre esas elecciones, particularmente la agenda de los temas a tratar, las reformas legales a acometer, qué dirección tomar en una de las tantas encrucijadas en las que hoy se encuentra cualquier sociedad. En el contexto actual es necesario sacar adelante reformas que obligan a los ciudadanos a participar de manera más activa en las decisiones que se toman tanto el sector público así como en las empresas privadas. Ya no basta con votar en las elecciones, sino que es necesario realizar un buen lobby.

Esta es la tesis de Alberto Alemanno, profesor internacional en derecho europeo, y nombrado el año pasado “empresador social del año” en Davos. Hoy, más que nunca, es necesario que todas las partes afectadas por las grandes decisiones tengan una voz. Pero asegura que

hay una incapacidad cada vez más evidente de la democracia para ser representativa.

Con el movimiento *The Good Lobby* y su libro *Lobbying for change - El cambio social a tu alcance* que presentó la semana pasada en España, busca empoderar e inspirar a la sociedad civil y a las empresas sobre los desafíos que plantean las nuevas formas de participación y compromiso democráticos.

PREGUNTA. ¿Qué busca *The Good Lobby*?

RESPUESTA. Como humanidad nunca hemos sido tan educados, tan ricos, con tantas posibilidades, con expectativas de vida que

crecen tanto. Al mismo tiempo, nunca nos hemos sentido tan incapaces de cambiar, de transformar las cosas. Es decir, hay una paradoja y la idea de mi trabajo con *The good lobby* es rebelarse frente a esta situación que tiene un efecto paralizante.

P. ¿De qué manera?

R. Siempre nos han enseñado que hay dos maneras de introducir el cambio: podemos votar, o postularnos para un cargo público. Claramente, votar es algo que tenemos que hacer, pero es insuficiente para dar una legitimidad democrática a los gobiernos. Mi propuesta es la tercera vía, hacer *lobbying*. Si los políticos no escuchan todas las voces y a todos los intereses afectados por sus decisiones, las políticas públicas que van a adoptar no reflejarán lo que está pasando en la sociedad. Entonces ¿no sería mejor crear un sistema donde todo el mundo tenga el mismo acceso al poder?

P. Es decir, el lobby ciudadano

R. El lobby ciudadano es algo que tenemos que descubrir y reclamar como una forma de participación democrática, que la clase política tiene que aceptar y que demuestra que como ciudadanos efectivamente tenemos muchas más

oportunidades de influir en los procesos políticos de lo que pensamos. El buen lobby es dar forma a este nuevo fenómeno, que consiste en un movimiento de muchos actores que trabajan en distintos ámbitos pero con un mismo interés: tener el mismo acceso al poder de decisión.

P. ¿Los ciudadanos españoles deben empezar a realizar el buen lobby?

R. España es un país donde la política ha cambiado de manera muy rápida. Es un país donde la democracia representativa ha sabido funcionar después de la transición gracias a un papel muy eficaz que los cuerpos intermedios, como los sindicatos y asociaciones, han sido capaces de jugar. Pero este mecanismo ha quedado dañado cuando esos cuerpos intermedios y los mismos partidos políticos han perdido representatividad y se han distanciado de la población. Los partidos políticos tienen dificultad para escuchar y los ciudadanos de hacerse oír. Lo interesante es que esta situación crea también una oportunidad para crear comunidades que se involucren en causas que perciben muy cercanas a ellos como pueden ser derechos LGTB; derechos de los animales, causas medioambientales... Todas ellas necesitan ser movilizadas a nivel local y nacional, para emerger, ser visibles y recibir atención. Su fuerza es que el político necesita hoy más que nunca al ciudadano porque su representatividad está en juego cada día y ningún gobierno tiene suficiente capital político para introducir reformas necesarias pero impopulares. Estas decisiones son percibidas por los ciudadanos como impuestas, caídas del cielo, en lugar de venir de abajo. Lo vemos en España, pero también en Francia con las reformas de las pensiones.

En el sistema político español la incapacidad para dialogar es particularmente sintomática de este fenómeno. Yo creo que esto es el síntoma de un problema mucho más profundo de incapacidad de la de-

mocracia representativa por falta de comunicación entre el electorado y la clase política. Los cuerpos intermedios no tienen la misma representatividad que los partidos y necesitamos que todas las partes afectadas por una reforma puedan tener una voz.

P. ¿Qué hay del *lobbying* corporativo y cómo puede afectar al progreso de una sociedad?

R. El lobby corporativo ha monopolizado el *lobbying* al punto de que cuando hablamos de esto pensamos en los *lobbistas* de la industria. La gente e incluso las ONGs dicen hoy día que no hacen lobby, sino que influyen, para utilizar otra palabra. Hoy día las empresas están bajo una vigilancia sin precedentes porque hay una sensibilidad hacia la sostenibilidad que está impulsando una forma de control público y privado nunca visto antes. Por ejemplo, los inversores piden más transparencia, que se informe qué están haciendo por la transición ecológica, velan porque se pague a todos los empleados de manera justa... pero hay un impacto que todavía no estamos internalizando.

P. ¿Cuál es?

R. No presionamos lo suficiente a las empresas. Una empresa puede ser verde, social... pero puede no ser responsable en cómo utiliza su relación con la política. Tenemos empresas que hacen una cosa en público con una mano mientras con la otra mano hacen lobby en privado contra eso mismo. Esta falta de alineamiento entre los intereses que se promueven es la causa principal por la que no tenemos y no hacemos ningún tipo de progreso en temas como el cambio climático, la lucha contra las plataformas electrónicas, una fiscalidad justa... Algunas empresas siguen intentando retrasar reformas necesarias y lo hacen de manera indirecta, son miembros de sectores profesionales que hacen lobby de manera escondida.

P. Haría falta más transparencia...

R. Las empresas tienen tam-

“

“Ningún gobierno tiene suficiente capital político para acometer grandes reformas”

“La política ha cambiado muy rápido en España y sus mecanismos están dañados”

“Las empresas deben ser más transparentes y usar mejor su poder político”

“Nuestro método permite a cualquier ciudadano transformarse en líder de una iniciativa social o política de buen lobby con un manual de 10 etapas”

”

bién que ser más transparentes, decir qué posición política defienden. Ofrecer transparencia va a ser algo fundamental y ahí los ciudadanos pueden jugar un papel relevante, al identificar esta falta de alineamiento entre declaraciones públicas y actuaciones contrarias para denunciarlo. Y no están solos.

P. Pero, ¿Cómo exactamente puede un ciudadano hacer lobby en el sector privado?

R. Cualquier ciudadano puede empezar a boicotear una empresa porque ha descubierto algo que no le gusta, y otros ciudadanos pueden seguir, introducir un *hashtag*, empezar una campaña, desarrollar una página web, hacer un mapeo de todos los actores y de esa manera crear el lobby.

P. ¿Es ése su método?

R. Es lo que hacemos con *Good Lobby*. Cualquier ciudadano puede leer el libro y ver cuáles son las 10 etapas. Tiene que elegir su causa, hacer sus deberes. También se puede asesorar por profesionales que lo hacen a título *pro bono* y después monta su asociación. No cuesta mucho dinero, cuesta tiempo y ganas, pero es algo posible. Estas formas de control de la actividad empresarial y pública por parte de la ciudadanía son el futuro.

P. ¿Y este control por parte de la ciudadanía ayuda también para el desarrollo de la economía de un país?

R. Hay una razón económica para hacer todo esto. Sin duda, en el momento en el que se permite a todos los actores el acceso al proceso público de toma de decisiones, el resultado económico será más eficiente. Por eso es cortoplacista por parte de la industria no permitir más voces en el debate. Ganarían al ser más discutidos pero convencer durante una toma de decisiones porque se confrontarían con la realidad, en lugar de crear su propia realidad. Hoy día hay corporaciones que tienen los recursos y el acceso ilimitado.

P. ¿Puede ponerme un ejemplo?

R. Lo vemos mucho con las plataformas digitales cuan-

do se dedican a escribir ellas mismas las reglas que se aplican y esto no puede ser, no es aceptable. De ahí la necesidad de crear esta fuerza igualadora de la ciudadanía, que puede denunciar, contrastar y enriquecer el debate político permitiendo a otros ciudadanos presionar.

P. ¿Qué impacto ha tenido *The Good Lobby* y cuáles son sus planes a futuro?

R. La idea detrás de *The Good Lobby* seguirá expandiéndose, adaptándose a los contextos nacionales del mundo. Ya colaboramos con Brasil, con Japón, que es un país muy diferente donde hay un deseo muy fuerte de la sociedad de organizarse de esta manera. Nuestro reto principal es tener impacto, difundiendo nuestra herramienta que es fundamental, muy accesible y, sobre todo, crear una cultura en la sociedad civil de pedir ayuda para profesionalizar su propia influencia política, eso es importante.

Por otro lado, queremos ayudar a empujar a las industrias, a las empresas, a ser más responsables en la manera en la que utilizan su propio poder político. Hemos desarrollado herramientas que les permiten ser más responsables declarando sus encuentros, publicando la posición que tienen en cada política pública, por ejemplo, si están a favor o en contra de la eliminación de los plásticos.

Tenemos un primer objetivo que es el empoderamiento de la sociedad civil, de ayudar a las empresas a ser más liberales, progresistas. El segundo objetivo es más de reformas de las políticas sobre la transparencia y la financiación política, eso también es algo en donde estamos teniendo mucho impacto, creando alianzas a nivel de Italia, Francia, España... y esperamos que también en otros países. La idea de nuestra metodología es que permite a cualquier ciudadano o ciudadana transformarse en líder de una iniciativa de buen lobby que pueda ayudar a reconectar la representatividad democrática en un proceso de diez etapas muy estructuradas.