

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA



Título del Trabajo Final

“El lobby como una herramienta de las Relaciones Públicas en el ámbito del Concejo Municipal de la ciudad de Rosario”

Estudiante

Julia Gallegos

Título a obtener

Licenciada en Relaciones Públicas

Carrera

Licenciatura en Relaciones Públicas

-Diciembre de 2016-

Contenido

RESUMEN.....	4
INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO I: Presentación del trabajo de investigación	7
1.1 Área temática.....	7
1.2 Justificación del tema	7
1.3 Planteo del problema	7
1.4 Estado del arte	8
1.5 Objetivos de investigación	9
Objetivo general.....	10
Objetivos específicos	10
1.6 Hipótesis	10
1.7 Marco teórico.....	10
1.8 Metodología.....	12
CAPÍTULO II: Relaciones Públicas	13
2.1 Definición	13
2.2 Historia	14
2.3 Públicos	16
2.4 Perfil e incumbencias de la profesión.....	17
CAPÍTULO III: Lobby	20
3.1 Definición	20
3.2 Historia	22
3.3 Perfil del lobbista.....	23
3.4 Aspectos legales	24
3.4.1 Reglamentación de la actividad en Estados Unidos	25
3.4.2 Decreto 1172/2003.....	27
CAPÍTULO IV: Descripción de la unidad de observación.....	29
4.1 El municipio y sus autoridades.....	29
4.2 Ubicación del Concejo Municipal y composición del mismo.....	29
4.3 Autoridades del Concejo Municipal.....	30
4.4 Funcionamiento del Concejo Municipal y funciones de un concejal.....	30
4.5 ¿Qué es una sesión y cómo se clasifican?	30
4.6 ¿Cómo elevan sus proyectos y pedidos los concejales?.....	31
CAPÍTULO V: Análisis	33
5.1 Encuadre valorativo.....	33

5.1.1 Opinión con respecto al lobby	36
5.1.2 Necesidad de concientizar o no a la sociedad con respecto al lobby.....	37
5.1.3 El Poder Político y las presiones.....	37
5.1.4 Ilegitimidad de la actividad.....	38
5.1.5 Comunidad u ONG vs. empresas.....	39
5.2 Encuadre técnico	40
5.2.1 Existencia o no de un procedimiento en el Concejo para recibir inquietudes del sector privado.....	42
5.2.2 Canales que cree que utiliza una empresa para comunicarse o influir en el poder político	44
5.2.3 ¿Lobby o gestión de intereses?	44
5.2.4 Transparencia de la actividad	45
5.2.5 Medios de comunicación y lobby	46
5.2.6 Casos de lobby en la ciudad de Rosario	46
CAPÍTULO VI: Conclusiones	48
BIBLIOGRAFÍA.....	52
ANEXO.....	54

RESUMEN

En la presente investigación titulada “El lobby como una herramienta de las Relaciones Públicas en el ámbito del Concejo Municipal de la ciudad de Rosario” buscamos conocer cuál es la forma que asume el lobby, en tanto herramienta de las Relaciones Públicas, en la política pública santafesina, específicamente en el ámbito del Poder Legislativo de la ciudad de Rosario. A su vez, pretendemos determinar cuáles son las representaciones con respecto al lobby de 3 políticos, uno de cuales se ha dedicado a la actividad empresarial; de un relacionista público y asesor en comunicación estratégica; y de un empresario, cuáles son las herramientas utilizadas por las empresas para la comunicación externa con los poderes públicos y comparar las representaciones que asume la gestión de intereses con respecto a dicha actividad en el ámbito mencionado anteriormente.

Para lograr dichos objetivos, realizamos una revisión bibliográfica, es decir un recorrido teórico de los temas relacionados con nuestra investigación, tanto de las Relaciones Públicas como del lobby, con sus respectivos autores. También utilizamos como instrumentos de recolección de datos la entrevista en profundidad (semiestructurada) y análisis de documentos.

La investigación se estructuró en 6 capítulos: I “Presentación del trabajo de investigación”; II “Relaciones públicas”; III “Lobby”; IV “Descripción de la unidad de observación”, V “Análisis” y VI “Conclusiones”. Luego de presentar los capítulos exponemos la bibliografía que fue utilizada para llevar a cabo el trabajo y los anexos del mismo.

Las palabras clave que mejor describen el contenido temático de nuestra investigación son: Lobby, Relaciones Públicas y Gestión de Intereses.

INTRODUCCIÓN

Como uno de los ejes centrales en el campo de las Relaciones Públicas, se encuentra el establecer un vínculo beneficioso entre una organización (con o sin fin de lucro) y sus públicos. Los “Poderes Públicos” son uno de los públicos que inciden en una organización y por lo tanto, se requieren herramientas de las Relaciones Públicas para poder comunicarse, vincularse e influir sobre las decisiones de éstos.

Al hablar de “Poderes Públicos” hacemos referencia a los poderes del gobierno nacional, provincial y municipal, es decir a las Cámaras Legislativas, al Poder Judicial y al Poder Ejecutivo. El autor argentino Avilia Lammertyn considera que éstos son uno de los públicos externos que influyen en la vida organizacional desde una posición de interés relativo. (Avilia Lammertyn, 1999)

En este sentido, una de dichas herramientas es el “lobby”. En términos generales se lo puede definir como una herramienta de persuasión y comunicación que utiliza una organización, para influir directa o indirectamente de manera eficaz en las decisiones de los poderes públicos, especialmente en el Poder Legislativo, siempre y cuando no perjudique al bien común.

El origen de la actividad del lobby data de tiempos inmemorables, pero se estima que el término específico comienza a ser utilizado en el siglo XVIII en el Reino Unido y en el siglo XIX en Estados Unidos (Volpe, 2013). En Argentina, la actividad comienza a tener visibilidad con el advenimiento de las multinacionales y empresas extranjeras.

En Argentina, aún no existe una regulación específica que avale y transparente dicha actividad, lo cual no implica que no se realice. En cambio en Estados Unidos, por ejemplo, el lobby está regulado como una actividad lícita.

A partir de analizar el Concejo Municipal de la ciudad de Rosario, pretendemos determinar cuál es la forma que asume el lobby, en tanto herramienta de las Relaciones Públicas, en ese ámbito; describiendo cuáles son las representaciones con respecto al lobby, identificando cuáles son las herramientas utilizadas por las empresas para la comunicación externa con los poderes públicos y comparando las representaciones que asume la gestión de intereses con respecto a dicha actividad.

Partimos de la hipótesis que la forma que asume el lobby, en tanto herramienta de las Relaciones Públicas, en la política pública santafesina, específicamente en el ámbito del Poder Legislativo de la ciudad de Rosario, es la de una práctica informal, no transparente y con escasa legitimidad.

El diseño metodológico de nuestra investigación fue de carácter cualitativo y los instrumentos de recolección de datos que utilizamos para la misma fueron la revisión bibliográfica, la entrevista en profundidad (semiestructurada) y análisis de documentos. Las entrevistas fueron realizadas a 3 políticos, uno de cuales se ha dedicado a la actividad empresarial; a un relacionista público y asesor en comunicación estratégica; y a un empresario. El análisis de documentos se realizó durante todo el proceso de la investigación, al igual que la revisión bibliográfica, y constó en analizar leyes, decretos, normativas o regulaciones existentes que posean una relación con la actividad del lobby. La revisión bibliográfica se basó en realizar un recorrido teórico de los temas relacionados con nuestra investigación, es decir tanto de las Relaciones Públicas como del lobby, con sus respectivos autores.

Como sostienen numerosos autores que más adelante detallaremos, el lobby es una práctica cuestionada en el plano de la opinión pública debido a que no posee una regulación específica en nuestro país, y sin embargo, es realizada. Por esta entre otras razones, el fin de nuestro trabajo es investigar en qué consiste y de qué manera se realiza dicha actividad en la ciudad de Rosario, aportando significativamente al campo de nuestra profesión.

CAPÍTULO I: Presentación del trabajo de investigación

En este capítulo presentaremos al lector nuestro trabajo de investigación detallando: área temática; justificación del tema; planteo del problema; estado del arte; objetivos de investigación; hipótesis; marco teórico y tipo de metodología utilizada.

1.1 Área temática: Lobby y Relaciones Públicas.

1.2 Justificación del tema

Como uno de los ejes centrales en el campo de las Relaciones Públicas, se encuentra el establecer un vínculo beneficioso entre una organización (con o sin fin de lucro) y sus públicos.

Conforme a lo mencionado anteriormente, si tuviésemos que preguntarnos sobre la pertinencia y relevancia de la problemática abordada en nuestra investigación en el campo de dicha disciplina, diríamos que es de suma importancia, ya que los “Poderes Públicos” son uno de los públicos que inciden en una organización y por lo tanto, se requieren herramientas de las Relaciones Públicas para poder comunicarse, vincularse e influir sobre las decisiones de éstos.

En este sentido, una de dichas herramientas es el “lobby”, una práctica que es cuestionada en el plano de la opinión pública debido a que no posee una regulación específica en nuestro país, y sin embargo, es realizada.

Por esta razón, consideramos oportuno investigar en qué consiste y de qué manera se realiza dicha actividad y en base a ello, realizar un aporte significativo a nuestra disciplina.

1.3 Planteo del problema

El origen de la actividad del lobby data de tiempos inmemorables, pero se estima que el término específico comienza a ser utilizado en el siglo XVIII en el Reino Unido y en el siglo XIX en Estados Unidos (Volpe, 2013). En Argentina, la actividad comienza a tener visibilidad con el advenimiento de las multinacionales y empresas extranjeras.

En términos generales se puede definir al lobby como una herramienta de persuasión y comunicación que utiliza una organización, para influir directa o indirectamente de manera eficaz en las decisiones de los poderes públicos, especialmente en el Poder Legislativo, siempre y cuando no perjudique al bien común.

Por lo general, el lobby suele ser confundido con el “tráfico de influencias”, siendo este último una actividad ilícita que beneficia intereses particulares perjudicando el bien común. Con respecto a esto, Gisela Volpe, Licenciada en Relaciones Públicas, sostiene que equivocadamente muchas personas consideran que la actividad en cuestión resulta una amenaza para la democracia, y por esta razón hasta hace poco tiempo se la veía como la práctica más cercana al tráfico de influencias. (Volpe, 2013)

En Estados Unidos, por ejemplo, el lobby está regulado como una actividad lícita. En Argentina, en cambio, aún no existe una regulación específica que avale y transparente dicha actividad, lo cual no implica que no se realice, como es el caso de la provincia de Santa Fe. Esto se ve reflejado en sus políticas públicas, específicamente en el ámbito del Poder Legislativo, es decir en la Cámara de Diputados y Senadores al momento de sancionar, modificar o derogar ciertas leyes, normativas o regulaciones; así también, en el Concejo Municipal de la ciudad de Rosario, al momento en que los concejales regulan ordenanzas, presentan decretos, emiten resoluciones, minutas de comunicación o declaraciones.

A partir de esto, surge el siguiente interrogante: ¿Cuál es la forma que asume el lobby, en tanto herramienta de las Relaciones Públicas, en la política pública santafesina, específicamente en el ámbito del Poder Legislativo de la ciudad de Rosario?

1.4 Estado del arte

Para la realización de nuestra investigación, recurrimos a diversas fuentes bibliográficas, las cuales nos proporcionaron un mayor acercamiento hacia la temática trabajada. Para ello, retomamos una serie de autores, tales como el español Antonio Castillo Esparcia que en su obra *“Lobby y comunicación. El lobbying como estrategia comunicativa”* (2011) asocia al “lobby” con “grupo de presión”, analizando a su vez el término “grupo de interés”, intentando explicar las semejanzas de los tres, sus diferencias y aclarar terminológicamente el significado de cada uno.

Otro de los libros utilizados para nuestra investigación fue *“El lobbying. Cómo influir eficazmente en las decisiones de las instituciones públicas”* (1998) del autor español Jordi Xifra, en el cual asocia al “lobby” con las “Relaciones Públicas”. En su obra, nos ofrece una perspectiva tanto teórica como práctica en los distintos campos de actuación del lobbying: España, Europa y Estados Unidos.

Sumado a esto, a nivel latinoamericano encontramos al autor mexicano Efrén Elías Galaviz, que en su libro *“El cabildeo legislativo y su regulación”* (2006) utiliza en lugar de “lobby” el término “cabildeo”. En dicho trabajo, se abordan las bases teóricas para la participación de grupos de interés en procesos de toma de decisiones públicas, describiendo algunos conceptos teóricos y prácticos sobre la actuación de éstos y el cabildeo.

Traemos además a nuestra investigación, al autor chileno Enrique Correa Ríos, que en su artículo *“Comunicación: lobby y asuntos públicos”* (2010) asocia al “lobby” con la “comunicación estratégica” y las “Relaciones Públicas”, reflexiona acerca de éste, su evolución, implicancias y su ejercicio profesional, profundizando acerca de su status en el mundo y específicamente en América Latina, en el Cono Sur.

A nivel nacional, encontramos al autor Armando Alonso Piñeiro, que en su libro *“El quinto poder: teoría y práctica del lobbying”* (1992) asocia al “lobby” con la persuasión. La obra analiza los antecedentes, advierte sobre las diferencias entre el Congreso estadounidense y el argentino, explica las modalidades de la actividad en Argentina, examina los proyectos legislativos argentinos y postula las reglas básicas para el correcto ejercicio profesional de la actividad.

Por otra parte, los autores argentinos Adriana Amado Suárez y Carlos Castro Zuñeda, en su libro *“Comunicaciones públicas. El modelo de la comunicación integrada”* (1999) también asocian al “lobby” con la persuasión e información. Esta obra, realiza una compilación de las principales técnicas de comunicación dentro de un enfoque integrado que coordina las herramientas de gestión institucional con las tradicionalmente utilizadas en la comunicación comercial.

Juan Pablo Falcón en su trabajo *“Una necesaria reglamentación para una necesaria transparencia. A propósito del lobby como técnica de participación”* (2012), aborda la temática del “lobby” o “gestión de intereses” como técnica de participación en la toma de decisiones públicas, efectúa un análisis de la reglamentación extranjera referida a la materia, especialmente la norteamericana, como así también la de nuestro país, tanto a nivel nacional como local e intenta generar nuevas ideas para una futura reglamentación.

1.5 Objetivos de investigación

Objetivo general

Indagar la forma que asume el lobby, en tanto herramienta de las Relaciones Públicas, en la política pública santafesina, específicamente en el ámbito del Poder Legislativo de la ciudad de Rosario.

Objetivos específicos

- Describir cuáles son las representaciones con respecto al lobby en la política pública santafesina, específicamente en el ámbito del Poder Legislativo de la ciudad de Rosario.
- Identificar cuáles son las herramientas utilizadas por las empresas para la comunicación externa con los poderes públicos.
- Comparar las representaciones que asume la gestión de intereses con respecto al lobby, en el ámbito del Poder Legislativo de la ciudad de Rosario.

1.6 Hipótesis

La forma que asume el lobby, en tanto herramienta de las Relaciones Públicas, en la política pública santafesina, específicamente en el ámbito del Poder Legislativo de la ciudad de Rosario, es la de una práctica informal, no transparente y con escasa legitimidad.

1.7 Marco teórico

Para la presente investigación retomamos un conjunto de conceptos que resultaron clave para el desarrollo de la misma. En este sentido, el concepto de *Relaciones Públicas* fue uno de ellos, entendidas como “la función directiva que establece y mantiene relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y los públicos de los que depende su éxito o fracaso” (Cutlip, 2006: 39). A su vez, Lorenzo Blanco menciona que se debe tener una conducta profesional idónea y correcta, llevando a cabo la actividad con un sentido ético. (Blanco, 2000)

Otro concepto imprescindible para llevar a cabo nuestra investigación fue el de *lobby*, entendido como:

“proceso planificado de comunicación de contenido predominantemente informativo, en el marco de la política de Relaciones Públicas, de la empresa u organización con los poderes públicos, ejercido directamente por ésta, o a través de un tercero mediante contraprestación, que tiene como función intervenir sobre una decisión pública (norma o acto jurídico; en proyecto o

en aplicación) o promover una nueva, transmitiendo una imagen positiva basada en la credibilidad de los argumentos defendidos que genere un entorno normativo y social favorable, y con la finalidad de orientarla en el sentido deseado y favorable a los intereses representados”. (Xifra, 1998: S/P)

A su vez, también es importante destacar el concepto de *política pública*, entendida como “todo aquello que los gobiernos eligen hacer o no hacer” (Dye, 1984: 1). Por otra parte, para complementar diremos que las políticas públicas son definidas como “proyectos y actividades que un Estado diseña y gestiona a través de un gobierno y una administración pública a los fines de satisfacer necesidades de una sociedad”. (Graglia, 2004: 19)

Al mismo tiempo, no debemos dejar de mencionar el concepto de *gestión de intereses*, que luego de una exhaustiva revisión bibliográfica, al no hallar un autor que lo defina de manera clara, consideramos oportuno utilizar la definición dada por el Decreto 1172/2003, entendida como:

“toda actividad desarrollada - en modalidad de audiencia- por personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, por sí o en representación de terceros - con o sin fines de lucro- cuyo objeto consista en influir en el ejercicio de cualquiera de las funciones y/o decisiones de los organismos, entidades, empresas, sociedades, dependencias y de todo otro ente que funcione bajo la jurisdicción del Poder Ejecutivo Nacional”. (Decreto 1172/ 2003)

Por último, otro concepto que resultó relevante para llevar a cabo nuestra investigación fue el de *comunicación externa*, entendida como:

“aquella que se realiza para conectar a la institución con aquellos grupos de personas que, si bien no pertenecen a la organización, se vinculan a ella por algún interés común. (...) Las comunicaciones de ‘puertas afuera’ son las que buscan generar una opinión pública favorable en los grupos de interés externos, y manejar opiniones de buena voluntad con proveedores, accionistas, distribuidores, familiares del personal y otros allegados a la organización”. (Avilia Lammertyn, 1999: 160)

A su vez, el autor sostiene que son numerosos los canales existentes para llegar a los diferentes públicos y que en dónde más se utiliza este tipo de comunicación es en Relaciones Públicas. (Avilia Lammertyn, 1999)

1.8 Metodología

El diseño metodológico de nuestra investigación fue de carácter cualitativo y los instrumentos de recolección de datos que utilizamos para la misma fueron la revisión bibliográfica, la entrevista en profundidad (semiestructurada) y análisis de documentos.

Utilizamos dichos instrumentos, ya que por un lado, la entrevista en profundidad (semiestructurada) al tratarse de una instancia dialógica entre dos actores (el investigador y el entrevistado), nos permitió a través de una guía de preguntas formuladas previamente, recoger datos de interés que resultaron clave para el desarrollo de nuestra investigación. Por otro lado, el análisis de documentos y la revisión bibliográfica nos permitieron indagar y conocer información existente con respecto a nuestro problema de investigación.

Las entrevistas fueron realizadas a 3 políticos, uno de cuales se ha dedicado a la actividad empresarial; a un relacionista público y asesor en comunicación estratégica; y a un empresario. Las mismas se llevaron a cabo en la ciudad de Rosario, en el mes de abril del año 2016.

El análisis de documentos se realizó durante todo el proceso de la investigación, al igual que la revisión bibliográfica, y constó en analizar leyes, decretos, normativas o regulaciones existentes que posean una relación con la actividad del lobby. La revisión bibliográfica se basó en realizar un recorrido teórico de los temas relacionados con nuestra investigación, es decir tanto de las Relaciones Públicas como del lobby, con sus respectivos autores.

CAPÍTULO II: Relaciones Públicas

En el presente capítulo daremos a conocer la profesión, presentando en primer lugar su definición e historia, los públicos y por último detallaremos el perfil e incumbencias de la misma.

2.1 Definición

Para comenzar diremos que las relaciones públicas son un fenómeno complejo y no es sencillo definir las, han sido objeto de numerosas definiciones con alcances y características muy diferentes entre sí. Según Xifra (2003), a la hora de definir las los especialistas y organizaciones profesionales pueden atender a su evolución histórica y a la concepción instrumental:

“desde la perspectiva histórica, nuestro objeto de estudio se ha perfilado en la función de la interdisciplinariedad dominante, dando lugar a dos concepciones esenciales: la persuasiva y la estratégica o directiva. Ambas se reflejan en la concepción de las organizaciones profesionales. Desde la perspectiva instrumental, las relaciones públicas son consideradas como meras técnicas de comunicación comercial, arrebatándoles cualquier fundamentación epistemológica”. (Xifra, 2003: 103)

Finalmente las define como “la disciplina que se ocupa de los procesos de comunicación entre las organizaciones (o entre personas con proyección pública) y los públicos de los que depende su actividad, para establecer y mantener relaciones mutuamente beneficiosas entre ellos”. (Xifra, 2008: 8)

Por otro lado, las relaciones públicas pueden ser entendidas como “la función directiva que establece y mantiene relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y los públicos de los que depende su éxito o fracaso” (Cutlip, 2006: 39). A su vez, Lorenzo Blanco menciona que se debe tener una conducta profesional idónea y correcta, llevando a cabo la actividad con un sentido ético. (Blanco, 2000)

John Marston, autor del libro “Modern Public Relations”, sostiene: “Las Relaciones Públicas constituyen una función administrativa que evalúa las actitudes del público, identifica las políticas y los procedimientos de una organización con el interés público y ejecuta un programa de acción y comunicación para ganar la comprensión y aceptación del público”. (Marston en Blanco, 2000: 30)

En agosto de 1978 se realizó en la ciudad de México la I Asamblea Mundial de Relaciones Públicas, en la cual se proporcionó el “documento de México” que dice:

“El ejercicio profesional de las Relaciones Públicas, exige una actividad planeada, con apoyo en la investigación, en la comunicación sistemática y en la participación programada, para elevar el nivel de entendimiento y la solidaridad y colaboración entre una entidad, pública o privada, y los grupos sociales a ella vinculados, en un proceso de integración de intereses legítimos, para promover su desarrollo recíproco y el de la comunidad a la que pertenece”. (Blanco, 2000: 28)

Por último, Jacquie L’Etang, autora del libro “Relaciones Públicas: Conceptos, Práctica y Crítica”, considera que las relaciones públicas “implican un análisis de las acciones organizativas que puedan tener un impacto en las relaciones o la reputación”. (L’Etang, 2009: 45)

2.2 Historia

Los elementos de las relaciones públicas y las reflexiones que los pensadores han hecho sobre ellos, son tan antiguas como la civilización misma (Xifra, 2003). “Desde los sofistas griegos hasta Tocqueville, pasando por Platón, Aristóteles o Maquiavelo, la filosofía se ha preocupado desde siempre por la comunicación intencional y persuasiva”. (Xifra, 2003: 35)

A Dorman Eaton, abogado y profesor de la Yale University de los EE.UU, se le adjudica la primera mención técnica registrada sobre las Relaciones Públicas, ya que en 1882 llamó a una de sus conferencias “Las relaciones públicas y los deberes de la profesión legal”. (Blanco, 2000)

A principios del siglo XX aparece Ivy Ledbetter Lee, un ex periodista que había colaborado en campañas políticas en Nueva York y que “estableció una revolucionaria modalidad basada en que las empresas debían aprovechar los medios de prensa para hacer conocer sus asuntos al público, una actitud poco menos que insólita en aquella época” (Blanco, 2000: 34). Fue él quien abrió una de las primeras consultorías en Relaciones Públicas. (Blanco, 2000)

Para entonces, también en EE.UU, Edward L. Bernays contribuía a difundir esta novedosa especialidad (Blanco, 2000). Éste fue el autor del primer libro sobre la materia publicado en 1923, titulado “Cristalizando la opinión pública” con el cual sentó las bases de un enfoque sistemático de las relaciones públicas. A demás ese mismo año ofreció el primer curso universitario de relaciones públicas, donde destacó el gran

espacio que ocupa el estudio de la opinión pública. Es considerado por toda la comunidad científica como el padre de las relaciones públicas. (Xifra, 2003)

Una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial, la difusión de la profesión comenzó a expandirse en Europa y el resto de América. La actividad ingresó en la mayoría de los países a través de las filiales de compañías internacionales como así también por medio de empresas consultoras; a su vez, la enseñanza de la profesión en las universidades sirvió para profesionalizarla. (Blanco, 2000)

Podemos considerar que el gran auge de la profesión en Argentina se inició a principios de 1950, pero fue en 1958 cuando tuvo su real apogeo al producirse en el país una gran expansión industrial y comercial. Gracias al aporte de institutos que realizaron cursos, seminarios y conferencias, pudo ser superado en parte las abundantes improvisaciones y consecuentes distorsiones que existían en el ejercicio de la profesión, dado que en la gran mayoría de los casos la labor era desempeñada por personas de limitada idoneidad. (Blanco, 2000)

El año en el que se produjo el real apogeo en el país, es decir en 1958, se fundó la Asociación Argentina de Relaciones Públicas, primera entidad profesional que estableció filiales en distintas provincias y que difundió las técnicas y alcances que le correspondían ante cualquier organización. En 1961, un grupo de socios fundó el Círculo Argentino de Profesionales de Relaciones Públicas y poco tiempo después la Escuela de Relaciones Públicas. (Blanco, 2000)

En 1963, como consecuencia a la evolución de la profesión, la Universidad Argentina de la Empresa (UADE) decidió incorporar en Buenos Aires la carrera de Relaciones Públicas en su Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. Luego, en 1965, sobre la base de los egresados de la Escuela del Círculo y de la UADE, se fundó el Colegio de Graduados en Relaciones Públicas cuyo objetivo fundamental era la sanción de una Ley Profesional que avalara la matriculación de la profesión, y que regulara, protegiera y jerarquizara definitivamente la actividad. (Blanco, 2000)

Finalmente en 1979 se fusionaron la AARP y el Círculo y se creó la Asociación Argentina de Profesionales de Relaciones Públicas, reconocida de manera inmediata por la Confederación Interamericana de Relaciones Públicas. Luego dicha Asociación, tuvo que cambiar su nombre por el de Concejo Profesional de Relaciones Públicas y el Colegio de Graduados también pasó a formar parte de éste. (Blanco, 2000)

A modo de conclusión, Blanco sostiene que “podemos considerar el desarrollo de las Relaciones Públicas fijando dos grandes etapas: una funcionalista, que cubre la

primera mitad del siglo XX, hasta mediados de la década de 1950. La otra, evolucionista, que va desde entonces y llega al presente”. (Blanco, 2000: 39)

2.3 Públicos

Capriotti, autor del libro “Planificación estratégica de la imagen corporativa”, sostiene que es fundamental para nuestra profesión estudiar en profundidad la formación de los públicos, ya que la imagen de la empresa se forma a partir de ellos. Por esta razón, considera que es uno de los pilares básicos en el área del marketing, de la publicidad y de las relaciones públicas. (Capriotti, 1999)

Podemos definir a los públicos como “un grupo de individuos que comparten un interés común y cuyas actividades influyen en la organización, y en los que influyen las actividades de la organización”. (Xifra, 2008: 63)

Las personas que pertenecen a los diferentes públicos pueden interpretar de forma distinta una misma información, dichos públicos incluyen a todos los individuos con los que puede tener relación la organización, y no se restringe pura y exclusivamente a los consumidores. (Capriotti, 1999)

“Las personas, al reconocer un problema o las consecuencias de la organización sobre ellos, pasan a constituirse en público de la empresa. La noción de vínculo tiene una importancia fundamental, ya que a partir de la relación establecida entre la organización y los individuos se formarán los diversos públicos, los cuales tendrán unos intereses específicos en función de dicho vínculo o relación”. (Capriotti, 1999: 37)

Por su parte, Avilia Lammertyn denomina público a “aquél agrupamiento humano que posee un interés común respecto de la organización, de características transitorias y cuya categorización se dará respecto de su proximidad con la misión institucional”. (Avilia Lammertyn, 1999: 107)

Los públicos pueden reunirse según su proximidad, pertenencia o intereses para con el objetivo final de la organización en internos, mixtos y externos. Llamamos internos a aquellos que están estrechamente vinculados a los objetivos de la organización, cobran un sueldo y poseen relación de dependencia. Los mixtos son aquellos que no están estrechamente relacionados a los objetivos de la organización, pero tienen una relación cercana con su misión específica; éstos se dividen a su vez en semi-internos que tienen una estrecha relación con la organización y semi-externos que tienen una relación cercana pero no estrecha. Por último, los externos son aquellos que

influyen en la organización desde una posición de interés relativo. (Avilia Lammertyn, 1999)

Grunig y Hunt también establecen una clasificación, pero basándose en los vínculos entre la organización y sus públicos. Estos son: permisivos, permiten la existencia de la empresa como el gobierno o los accionistas; funcionales, proveen inputs (proveedores, empleados) u outputs (consumidores); normativos, comparten valores o problemas similares con la organización como las asociaciones profesionales y difusos, surgen de la relación con públicos no organizados formalmente como defensores del medio ambiente. (Capriotti, 1999)

Por último, Capriotti aclara que “los miembros de un público no tienen, necesariamente, que conocerse entre sí o estar organizados, aunque pueden llegar a la organización formal del público, para actuar con mayor eficacia como tal” (Capriotti, 1999: 46). A su vez, sostiene que no todos los públicos con los que se relaciona la organización son de igual importancia, unos influyen más que otros y es vital saber cuáles son prioritarios y cuáles secundarios. (Capriotti, 1999)

2.4 Perfil e incumbencias de la profesión

Es inútil intentar determinar un tipo de personalidad del relacionista público, ya que el campo es muy diverso y se necesitan profesionales con personalidades distintas. (Wilcox, 2006)

A pesar de esto, Wilcox sostiene que existen algunas características básicas que son necesarias para poder ejercer la profesión exitosamente y que tienen que ver con los atributos personales del profesional. Éstas son:

- “Facilidad de palabra, escrita u oral.
- Capacidad analítica, para poder identificar y definir los problemas.
- Creatividad, para poder encontrar soluciones nuevas y efectivas a los problemas.
- Instinto de persuasión.
- Capacidad de hacer presentaciones esmeradas y convincentes”. (Wilcox, 2006: 89)

También considera que el profesional debe ser curioso, debe querer aprender lo más que pueda sobre el producto, servicio, cliente u organización y la competencia. Debe tener buen sentido del humor, ser positivo, amistoso, que sea capaz de persuadir

fácilmente, buen aspecto, creatividad y respetuoso con los puntos de vista de los demás. (Wilcox, 2006)

Por último hace referencia a las habilidades del profesional y concluye diciendo que “aquellos que tengan planeado dedicarse a las relaciones públicas tienen que desarrollar cuatro características básicas, independientemente del área en la que vayan a trabajar. Estas características son las siguientes: capacidad de redacción, capacidad de investigación, experiencia en la planificación y capacidad para resolver problemas”. (Wilcox, 2006: 91)

Xifra siendo más exhaustivo, sostiene que:

“los atributos ideales del profesional de las relaciones públicas son:

- Una extensa e intensa preparación en la realización de un servicio altamente especializado;
- Unos principios y una filosofía específica y bien establecida;
- Las habilidades y capacidades inherentes al ejercicio de un arte;
- Una sólida motivación para el servicio al público;
- El establecimiento y mantenimiento de la investigación, la formación continua, las relaciones interpersonales y la práctica;
- La evaluación objetiva de los resultados y de la progresión de los programas;
- El intercambio de experiencias mediante la pertenencia a asociaciones profesionales”. (Xifra, 2003: 42)

Según Xifra, los profesionales ejercen dos funciones dominantes: técnico en comunicación y director de comunicación. El técnico tiene como tarea principal la redacción de los mensajes destinados a los distintos públicos, no toma decisiones estratégicas de comunicación sino que las ejecuta. El director es el responsable de la planificación y gestión de proyectos, asesora a la alta dirección y toma decisiones sobre la política de comunicación. (Xifra, 2008)

En cuanto a los alcances de la profesión, Aaron Binensfeld considera que son los siguientes:

- “1) Imagen Corporativa. 2) Relaciones con los Públicos Internos y Externos.
- 3) Ceremonial y Organización de Eventos. 4) Campañas de Propaganda y Publicidad Institucional. 5) Asesoramiento sobre Políticas de Comunicación.
- 6) Estudios e Investigaciones de Públicos e Imagen. 7) Responsabilidad Social Corporativa. 8) Opinión Pública y Sondeos. 9) Peritajes y Arbitrajes.
- 10) Campañas de Relaciones Públicas. 11) Asuntos Públicos. 12) **Lobby**.
- 13) Issues Management. 14) Ética en Relaciones Públicas. 15) Identidad

Corporativa. 16) Estudios de Clima Interno. 17) Comunicaciones Políticas. 18) Comunicación en Situación de Crisis. 19) Comunicaciones Ambientales. 20) Comunicaciones Financieras. 21) Comunicaciones Agropecuarias. 22) Auditorias de Comunicación. 23) Auditorias de Imagen. 24) Sponsor. 25) Mecenazgo. 26) Patrocinio 27) Auspicio. 28) Reputación”. (Binenfeld, 2009: 24)

Por su parte, Xifra menciona diversas áreas de especialización de las relaciones públicas, entre las cuales destacamos: “Relaciones con la prensa”, su finalidad es lograr la difusión de información sobre una organización en un medio de comunicación; “Relaciones públicas internas”, hace referencia a la comunicación interna, es decir a la comunicación de una organización con sus empleados; “Relaciones institucionales”, promueve la participación de una organización en la política pública; “**Lobbismo**”, se refiere a la relación de una organización con los poderes públicos para influir en sus decisiones; “Gestión de conflictos potenciales”, su finalidad es identificar cuestiones potenciales o emergentes que puedan afectar la estabilidad de una organización; “Relaciones públicas financieras”, su objetivo es obtener una relación beneficiosa entre una organización y la comunidad financiera; “Comunicación de crisis”, considerada un área sumamente necesaria ya que si es eficaz puede evitar una crisis o en su defecto, controlar sus consecuencias negativas y “Responsabilidad social corporativa”, es muy positiva dado que beneficia la reputación de una organización y su relación con la sociedad. También el autor menciona otras áreas tales como: “Relaciones con la comunidad”; “Relaciones sectoriales”; “Captación de fondos”; “Relaciones públicas multiculturales”; “Organización de acontecimientos” y “Comunicación de marketing”. (Xifra, 2008)

Teniendo en cuenta lo mencionado en este capítulo, consideramos que las Relaciones Públicas son acciones de comunicación diseñadas y planificadas estratégicamente, con el fin de generar y mantener vínculos mutuamente beneficiosos entre una organización y sus públicos. A su vez, sostenemos al igual que los distintos autores, que el relacionista público debe poseer ciertas características y atributos personales básicos para poder ejercer la profesión exitosamente; y con respecto a los alcances y áreas de especialización, se puede observar que son muy numerosas y variadas, destacándose como una de ellas el **lobby**.

CAPÍTULO III: Lobby

En el siguiente capítulo realizaremos un breve recorrido de la práctica del lobby presentando su definición, historia, perfil del lobbista y los aspectos legales de la actividad, que incluyen la reglamentación existente en Estados Unidos y el Decreto 1172/2003 que regula la gestión de intereses en nuestro país.

3.1 Definición

En primer lugar diremos que el lobby es una práctica que es cuestionada en el plano de la opinión pública debido a que no posee una regulación específica en nuestro país, y sin embargo, es realizada.

A nuestra consideración, Xifra es el autor que brinda la definición más completa con respecto a dicha actividad, entendiendo al lobby como:

“proceso planificado de comunicación de contenido predominantemente informativo, en el marco de la política de Relaciones Públicas, de la empresa u organización con los poderes públicos, ejercido directamente por ésta, o a través de un tercero mediante contraprestación, que tiene como función intervenir sobre una decisión pública (norma o acto jurídico; en proyecto o en aplicación) o promover una nueva, transmitiendo una imagen positiva basada en la credibilidad de los argumentos defendidos que genere un entorno normativo y social favorable, y con la finalidad de orientarla en el sentido deseado y favorable a los intereses representados”. (Xifra, 1998: S/P)

Falcón, abogado en nuestro país, sostiene que el lobby es “una práctica a través de la cual diversos representantes de intereses particulares o colectivos argumentan en su favor ante diferentes órganos políticos encargados de la toma de decisiones” (Falcón, 2012: S/P). Cutlip, autor del libro “Manual de Relaciones Públicas eficaces”, considera que el lobby es “una parte especializada de las relaciones públicas que establece y mantiene relaciones con el gobierno, fundamentalmente con el fin de influenciar la legislación y regulación”. (Cutlip, 2006: 54)

Según Falcón dicha actividad abarca una gran cantidad de posibilidades que no siempre están relacionadas con la defensa de intereses económicos individuales, sino que muchas veces se trata de instituciones que velan por intereses de la comunidad (Falcón, 2012). A su vez, Volpe entiende al lobby como “el conjunto de técnicas y estrategias que se utilizan para relacionarse con los poderes del Estado, a fin de conseguir que las decisiones de los mismos sean acordes con los intereses corporativos”. (Volpe, 2013: 234)

Amado Suárez, autora del libro “Comunicaciones públicas. El modelo de la comunicación integrada”, concluye diciendo que la actividad en cuestión no es más que un proceso de comunicación a través del cual se pretende informar adecuadamente a las autoridades o personas con poder de decisión política, con respecto a los objetivos de la organización, ayudando en forma positiva (Amado Suárez, 1999). Es decir, “es una herramienta de persuasión e información, que se diferencia de sus similares (publicidad, relaciones públicas, etc.) en la medida en que va dirigida a un público calificado, que tiene poder de decisión sobre las actividades de la empresa”. (Amado Suárez, 1999: 196)

Por lo general, el lobby suele ser confundido con el “tráfico de influencias”, siendo este último una actividad ilícita que beneficia intereses particulares perjudicando el bien común. Con respecto a esto, Volpe sostiene que equivocadamente muchas personas consideran que la actividad en cuestión resulta una amenaza para la democracia, y por esta razón hasta hace poco tiempo se la veía como la práctica más cercana al tráfico de influencias (Volpe, 2013). “Existen individuos encargados de recibir ofertas de compra de las decisiones de gobierno y de transmitir condiciones de precio y formas de pago. Pero difiere por completo del ejercicio de un lobbista profesional”. (Volpe, 2013: 237)

Castillo Esparcia, autor español, sostiene que “el término *lobbista* ha tenido históricamente un sentido negativo por la imagen, ciertamente simplista, de una persona que intriga y actúa desde la sombra intentando conseguir sus objetivos a través del chantaje, el soborno o la corrupción” (Castillo Esparcia, 2011: 29). Sin ir más lejos, Falcón también opina que la práctica del lobby tiene una connotación negativa en nuestro país, asociándola generalmente a una actividad ilegal. (Falcón, 2012)

A su vez, Falcón considera que:

“si bien en muchas ocasiones los grupos de presión llevan adelante su cometido a través de medios ilegales, eso no significa que la actividad lobbística lo sea, sino que más bien todo lo contrario, se transforma en un fenómeno social que requiere una regulación para evitar que sirva de caldo de cultivo para el fomento de prácticas espurias”. (Falcón, 2012: S/P)

A modo de cierre, Amado Suárez manifiesta que:

“los especialistas reconocen que a la actividad le falta transparencia, pero que la actividad de lobbying en sí misma no es mala, y señalan que hay un trecho importante entre la información y la legítima defensa de los intereses (que pueden utilizar ciertas estrategias de presión, pero siempre en el plano

ético), y el tráfico corrupto de influencias, que incluyen las tristemente célebres coimas y sobornos, y que en casos extremos, llegan a la defensa de intereses criminales”. (Amado Suárez, 1999: 197)

3.2 Historia

El origen de la actividad del lobby data de tiempos inmemorables, pero se estima que el término específico comienza a ser utilizado en el siglo XVIII en el Reino Unido y en el siglo XIX en Estados Unidos (Volpe, 2013). En Argentina, la actividad comienza a tener visibilidad con el advenimiento de las multinacionales y empresas extranjeras.

A nivel nacional, según Campos Ríos, Licenciado en Ciencia Política y Magíster en Administración y Políticas Públicas, los antecedentes del lobby:

“podrían remontarse al año 1935, no como una práctica institucionalizada, pero sí como hito a partir del asesinato de Enzo Bordabehere, en el intento fallido por frenar a Lisandro de la Torre en sus denuncias e investigaciones contra los frigoríficos ingleses. Además de los privilegios devengados del pacto Roca-Runciman, (...) los frigoríficos ingleses incurrieron en el más escandaloso fraude contable para aumentar sus ganancias. Desde septiembre de 1934, el diputado Lisandro de la Torre había comenzado a denunciar la evasión impositiva y la corrupción que se había generado en torno al negocio de las carnes. En ese contexto, se formó una comisión parlamentaria para investigar el caso, la cual se topó con la férrea oposición de las empresas Anglo (...)”. (Campos Ríos, 2009: S/P)

A su vez el autor menciona que como consecuencia de dicho trabajo, luego quedó en evidencia el lobby inglés ejercido sobre algunos miembros del gobierno citados a declarar, como Luis Duhau y Federico Pinedo. (Campos Ríos, 2009)

A nivel internacional, Volpe establece que el lobby se remonta a cuando los ciudadanos se presentaban ante los poderes públicos para hacerles llegar sus reivindicaciones. (Volpe, 2013)

“Se estima que su nombre no fue tal, hasta el siglo XVIII, cuando en el Reino Unido representantes de diversos intereses sociales y políticos se reunían con miembros de la Cámara de los Comunes en el vestíbulo de su casa, llamado lobby, para obtener ciertos favores. Sin embargo, su desarrollo peculiar está íntimamente ligado a la historia de los Estados Unidos. Es así como, a comienzos del siglo XIX, en ese país se empezó a denominar ‘agentes de lobby’ a aquellos que procuraban servicios especiales en el Parlamento del Estado de Nueva York”. (Volpe, 2013: 234)

Castillo Esparcia también relata la historicidad del término citando distintos autores:

“Según Dion, comienza antes que la de *grupo de presión*, ya que durante mucho tiempo designó los pasillos de la Cámara baja de Gran Bretaña. Posteriormente, la palabra pasó a aplicarse a las conversaciones que se realizaban en los pasillos y, aproximadamente en 1830, se extendió a todo el conjunto de grupos que pretendían influir en los parlamentarios. Farnel sitúa la expresión en una afirmación del General Grant, Presidente de los Estados Unidos, a raíz de un incendio que había destruido la Casa Blanca, que se lamentaba de la gran influencia de gente que pululaban en la planta baja del hotel en donde residía temporalmente. Para H.L. Mencken, autor de un diccionario de la lengua norteamericana, los términos *agente de lobby* y *lobby* fueron utilizados por primera vez en los Estados Unidos en 1829, año en que Andrew Jackson consiguió la presidencia del país. A pesar de eso, en opinión de Mencken, la palabra lobby no se utilizó corrientemente en Washington hasta 1837”. (Castillo Esparcia, 2011: 30)

3.3 Perfil del lobbista

La labor realizada por el lobbista demanda de las personas que la lleven a cabo unas características concretas que tienen que ver con el control de diversas disciplinas, sin embargo los aspectos fundamentales que debe reunir cambiaron a lo largo del tiempo. El lobbista además de ser especialista en influir sobre los decisores públicos, debe tener conocimientos en la instrucción o educación de la opinión pública. (Castillo Esparcia, 2011)

Cutlip sostiene que “los lobbistas deben conocer el proceso legislativo, el funcionamiento del gobierno y mantener relaciones con los legisladores y otros cargos” (Cutlip, 2006: 55). A su vez, considera que el éxito o fracaso del lobbista depende de su aptitud para las relaciones públicas, es decir deben crear y presentar comunicaciones convincentes a los distintos públicos involucrados. (Cutlip, 2006)

Para Amado Suárez las funciones de un lobbista deberían contemplar:

- “Mantener diálogos personales con miembros del Congreso para dar a conocer las posiciones que defienden.
- Preparar resúmenes, análisis de leyes, proyectos y comunicaciones para uso de los legisladores y de las comisiones.
- Proveer estadísticas útiles e información especializada, o que resulte de difícil acceso para los legisladores.

- Trabajar con las cámaras y agrupaciones que representan a la actividad empresaria, para hacer llegar los pedidos y sugerencias en forma corporativa”. (Amado Suárez, 1999: 198)

Volpe haciendo alusión a la ética en la labor considera que:

“se torna imprescindible mencionar que será fundamental para todo buen lobista discernir entre lo correcto y lo incorrecto y por consiguiente, asumir el compromiso de obrar virtuosamente, respetando los valores relacionados tanto con la ética profesional como con la organizacional (lo que hace la empresa, cómo debiera comportarse, sus normas, su cultura, decir, su Filosofía)”. (Volpe, 2013: 239)

Por último, Castillo Esparcia sostiene que el buen lobbista debe poder llevar a cabo toda una serie de funciones para que su actuación sea satisfactoria. Dichas acciones y actividades las resume en un decálogo, algunos de los puntos principales son: tiene que saber aconsejar y coordinar las acciones de sus representados sobre los poderes del Estado y sobre la opinión pública, y tener una amplia red de contactos que le permitan que las puertas estén abiertas de forma fácil; tiene que saber y poder comunicar en el momento preciso las opiniones de sus representados utilizando siempre la verdad, y tener presente las técnicas que debe aplicar para producir los resultados óptimos y adecuados; ser autor de cartas, telegramas o peticiones para que lleguen a los decisores públicos y tener la inteligencia suficiente para aconsejar sobre la cantidad y calidad de presión que hay que ejercer sobre un determinado actor político; debe poseer máximos conocimientos en técnicas de relaciones públicas, información y publicidad, y tener fácil acceso a los medios de comunicación para que se publiquen informaciones favorables a los intereses que representa. (Castillo Esparcia, 2011)

3.4 Aspectos legales

En Estados Unidos, por ejemplo, el lobby está regulado como una actividad lícita. En Argentina, en cambio, aún no existe una regulación específica que avale y transparente dicha actividad, lo cual no implica que no se realice. Falcón sostiene que Estados Unidos se transforma en un necesario parámetro de comparación al momento de hablar de lobby, allí no solo tuvo un particular desarrollo la actividad en sí misma, sino también su regulación y el régimen de publicidad que se instrumentó a su alrededor. En cambio, la realidad de nuestro país nos demuestra que la reglamentación del lobby no tiene ningún lugar prioritario en la agenda legislativa. (Falcón, 2012)

Por su parte, Amado Suárez menciona que:

“en los Estados Unidos, la actividad está institucionalizada desde 1946, pero recién se profesionalizó a finales de la década del '70, después del escándalo que terminó con el gobierno de Richard Nixon. Existe un registro nacional de lobbistas, que habilita para actuar en nombre de terceros ante las autoridades del Congreso. La inscripción exige una declaración jurada anual (que incluyen datos completos del lobbista, nombre del representado, cifra de honorarios percibidos, y un detalle de actuaciones con montos de la inversión que demandaron). En Argentina, la actividad no cuenta con una regulación, a pesar de que en los últimos años existieron distintos proyectos de ley, pero que no prosperaron (los más conocidos fueron los impulsados por el Senador Jorge Yoma y por Eduardo Menem, ambos del partido justicialista). En líneas generales, los proyectos solicitaban la creación de un registro público, la declaración jurada de los honorarios, y ciertas restricciones para el ejercicio profesional (por ejemplo, incompatibilidad con la función pública)”. (Amado Suárez, 1999: 197)

Más allá que en Argentina no exista una regulación específica para la actividad del lobby, aunque según lo dicho por Marcos Gasparutti (Delegado en Santa Fe del Consejo Profesional de Relaciones Públicas de Argentina) en la entrevista que le realizamos, se está trabajando desde la Comisión de Gestión de Intereses de dicho Concejo junto al gobierno en una ley que regule la actividad; con el gobierno de Néstor Kirchner en el año 2003 se dio un paso importante en relación al tema, ya que se estableció una reglamentación por decreto para la Gestión de Intereses y las Audiencias Públicas. Éste es el Decreto 1172/2003, que regula el acceso a la Información Pública en el ámbito del Poder Ejecutivo Nacional.

3.4.1 Reglamentación de la actividad en Estados Unidos

El lobby primero intentó ser regulado por la Federal Regulation of Lobbying Act de 1946, que tuvo como principal objetivo transparentarlo ante el público y estableció las siguientes obligaciones:

- “Toda persona debe estar inscrita con anterioridad en un Registro Oficial, a cargo de los Secretarios de cada Cámara Legislativa.
- Con este fin, entregará ‘por escrito y bajo juramento’ la siguiente información: nombre y domicilio profesional tanto propio como de la persona por quien está empleado, duración de su empleo, monto de la remuneración e identidad de la persona por orden de quién se le paga, detalle

de los abonos por gastos y el tipo de ellos que serán incluidos en la actividad.

- Anualmente, los lobbistas deberán presentar a los Secretarios indicados un informe detallado del conjunto de actividades realizadas”. (Volpe, 2013: 235)

En este sentido, Castillo Esparcia menciona que la Federal Regulation of Lobbying Act en su sección 307 define al lobby como:

“Cualquier persona, individuo, sociedad, comité, asociación, corporación o cualesquiera otra organización o grupo de personas que, de una forma directa o indirecta, recogen o reciben dinero, cualquier otra cosa, de valor, para utilizarlo especialmente en el cumplimiento de los siguientes fines:

- a) Aprobar o denegar cualquier ley en el Congreso de los Estados Unidos.
- b) Influir, directa o indirectamente, para que se apruebe o deniegue toda legislación por el Congreso de los EE.UU”. (Castillo Esparcia, 2011: 31)

Sin embargo, dicha ley “fue considerada ineficaz porque no cubría el lobbying ante el Poder Ejecutivo, ante el personal del Congreso o ante las asociaciones representativas de la sociedad civil. Por otra parte, la mayor parte de los lobbistas escapaban a la obligación de inscribirse por culpa de los vacíos legales”. (Volpe, 2013: 235)

Por esta razón, se firmó el Lobbying Disclosure-Act en 1996, que establece:

- “Su actividad es: la preparación y planificación de actividades, la investigación o cualquier otra tarea de formación, destinados a ser usados para dialogar y persuadir a los actores políticos en pos de que éstos consideren la conveniencia de tener en cuenta la posición que se representa o manifiesta.

- Quién lo ejerza debe ser: aquél que lleve a cabo la actividad en representación autónoma de un cliente o empleado por una empresa u organización.

- Los Poderes Públicos afectados son: el Poder Legislativo: miembros del Congreso, funcionarios electos de ambas Cámaras y los empleados de los miembros del Congreso, de los comités parlamentarios y de los staffs de los líderes de cualquiera de las dos Cámaras, y el Poder Ejecutivo: el Presidente, el Vicepresidente o cualquier empleado de la Oficina del Presidente, así como cualquier funcionario o empleado de la Administración Pública”. (Volpe, 2013: 235)

Como se puede observar, el lobby en Estados Unidos, a pesar de un primer intento fallido, está transparentado y avalado por un marco legal específico, el cual establece en qué consiste la actividad, quién lo debe ejercer y cuáles son los Poderes Públicos afectados, entre otras cuestiones.

3.4.2 Decreto 1172/2003

Como mencionamos anteriormente, si bien en Argentina la actividad del lobby no posee una regulación específica, existe en nuestro país una reglamentación por decreto para la Gestión de Intereses y las Audiencias Públicas; es decir, el Decreto 1172/2003 que regula el acceso a la Información Pública en el ámbito del Poder Ejecutivo Nacional.

En su Anexo III, Reglamento General para la Publicidad de la Gestión de Intereses en el ámbito del Poder Ejecutivo Nacional, Capítulo I*, algunas de las Disposiciones Generales que establece son:

“ARTÍCULO 2° — DESCRIPCIÓN

Se entiende por Gestión de Intereses a los fines del presente, toda actividad desarrollada —en modalidad de audiencia— por personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, por sí o en representación de terceros —con o sin fines de lucro— cuyo objeto consista en influir en el ejercicio de cualquiera de las funciones y/o decisiones de los organismos, entidades, empresas, sociedades, dependencias y de todo otro ente que funcione bajo la jurisdicción del Poder Ejecutivo Nacional.

ARTÍCULO 3° — OBLIGATORIEDAD

Los funcionarios del Poder Ejecutivo Nacional mencionados en el artículo 4° están obligados a registrar toda audiencia cuyo objeto consista en las actividades definidas en el artículo 2°. A tal efecto debe preverse la creación de un Registro de Audiencias de Gestión de Intereses, conforme a las pautas determinadas por los artículos 5° y 6°.

ARTÍCULO 5° — REGISTRO

Cada una de las personas y/o entidades enumeradas en el artículo 2° debe implementar su propio Registro de Audiencias de Gestión de Intereses conforme al modelo que, como Anexo IV, forma parte de la medida.

ARTÍCULO 7° — PUBLICIDAD

La información contenida en los Registros de Audiencias de Gestión de Intereses tiene carácter público, debiéndose adoptar los recaudos necesarios

a fin de garantizar su libre acceso, actualización diaria y difusión a través de la página de Internet del área respectiva.” (Decreto 1172/2003)

En su Anexo IV, presenta el modelo del Formulario de Registro de Audiencias de Gestión de Intereses, que es el siguiente:

FECHA DE SOLICITUD	DATOS DEL SOLICITANTE *	INTERES INVOCADO †	DATOS DEL REPRESENTADO	FECHA DE LA AUDIENCIA	HORA DE LA AUDIENCIA	LUGAR DE LA AUDIENCIA	OBJETO DE LA AUDIENCIA	PARTICIPANTES DE LA AUDIENCIA	AUDIENCIA REALIZADA / NO REALIZADA †	SINTEISIS DE LA AUDIENCIA

- 1- “Consignar como mínimo: nombre o razón social, domicilio, teléfono, DNI, CUIT.
- 2- Consignar si se invoca un Interés Propio, Colectivo o Difuso o si se actúa en representación de Persona física o jurídica.
- 3- Consignar si se realizó o no la Audiencia y, en este último caso, las razones de su cancelación, postergación y/o suspensión”. (Decreto 1172/2003)

* El Anexo III, Reglamento General para la Publicidad de la Gestión de Intereses en el ámbito del Poder Ejecutivo Nacional, Capítulo I del Decreto 1172/2003, se encuentra descripto en su totalidad en el anexo correspondiente.

CAPÍTULO IV: Descripción de la unidad de observación

En el presente capítulo realizaremos una descripción de la unidad de observación, el Concejo Municipal de la ciudad de Rosario, que corresponde al Poder Legislativo del gobierno municipal. En primer lugar detallaremos qué es un municipio y cuáles son las autoridades municipales, para luego analizar específicamente el Concejo y su funcionamiento.

Toda la información plasmada en este capítulo se obtuvo de la página web oficial del Concejo Municipal de la ciudad de Rosario “<http://www.concejorosario.gov.ar>”.

4.1 El municipio y sus autoridades

El municipio es entendido como una organización político administrativa para dar respuesta a las necesidades de sus vecinos. La organización federal de nuestro país hace que coexistan poderes y jurisdicciones nacionales, provinciales y municipales.

La ley provincial N° 2756 de 1939, “Ley Orgánica de Municipalidades” establece que “todo centro urbano en que haya una población mayor a 10.000 habitantes, tendrá una municipalidad”.

Con respecto a las autoridades municipales, según la Ley Orgánica de Municipalidades, cada Municipalidad estará conformada por un Concejo Municipal y el Departamento Ejecutivo. Éste último lo conduce el Intendente y cuenta con Secretarías.

El Concejo Municipal es un cuerpo colegiado, integrado por concejales y/o concejalas, que al igual que el Intendente son elegidos por el voto popular, duran 4 años en su cargo y pueden ser reelectos.

4.2 Ubicación del Concejo Municipal y composición del mismo

El Concejo Municipal funciona en el Palacio Vasallo, situado en calle 1° de Mayo esquina Córdoba, frente al Monumento Nacional a la Bandera. El edificio fue donado por el Dr. Bartolomé Vasallo, cirujano notable que cedió su residencia particular a la Municipalidad de Rosario, y es sede del Concejo Municipal mediante ordenanza del 18 de mayo de 1951.

Está formado por 22 concejales, organizados en distintas comisiones para desarrollar un trabajo fecundo y coherente. “Los municipios de primera categoría se integran con 18 concejales por los primeros 200.000 habitantes, a los que se les agrega uno más por cada 30.000 o fracción no inferior a 15.000”.

4.3 Autoridades del Concejo Municipal

En la actualidad y hasta que éstas se renueven, son:

- Presidente: León, Daniela
- Vice Presidente I: Cardozo, Carlos A.
- Vice Presidenta II: Tepp, Caren
- Secretaria General Administrativo: Rodríguez Soto, Silvia
- Secretario General Parlamentario: Molina, Alejo
- Contador General: Pellegrino, Eduardo Gustavo
- Habilitado: Roca, Mariano.

4.4 Funcionamiento del Concejo Municipal y funciones de un concejal

Los concejales son convocados a través de sesiones, además de las reuniones de comisión que cada una de ésta propone. Un concejal es elegido por el pueblo para defender los derechos de los vecinos, procurándoles mayores servicios (obras, cultura y educación) para mejorar su calidad de vida, elevando al Departamento Ejecutivo (Municipalidad de Rosario) proyectos y propuestas para que éste los haga cumplir.

La edad mínima para acceder a una concejalía es la de 22 años, con dos años de residencia en el ámbito municipal; los extranjeros tienen que ser mayores de 25 años, tener una residencia de al menos 4 años y ser elector del municipio.

Un concejal debe destacarse por su sensibilidad social, primera condición para ejercer una concejalía. Además se requiere:

“honestidad probada; capacidad de diálogo; creatividad para encontrar soluciones a los problemas que se les plantea; conocimiento de los canales aptos para petitionar o derivar asuntos, y capacidad para operar su seguimiento; fortaleza para llevar adelante las empresas que se propone y convicción sobre la importancia de su rol para alcanzar objetivos comunitarios”.

4.5 ¿Qué es una sesión y cómo se clasifican?

Una sesión es una reunión de concejales encauzada por uno de ellos, que es electo como presidente, en la cual se tratan asuntos de incumbencia del Concejo, de acuerdo con un Orden del Día, y se votan las decisiones. Para la toma de decisiones se requiere un número mínimo de concejales conocido como “quórum”; y es necesaria la presencia de más de la mitad del número de concejales integrantes del cuerpo para formar el “quórum legal”.

La “Sala de Sesiones del Concejo Municipal” o “Recinto” es el lugar donde se reúnen los concejales. No es posible sesionar fuera de dicha Sala, salvo casos de fuerza mayor declarada por mayoría absoluta de miembros en ejercicio.

Quien tiene la misión de transcribir todo lo que se dice en las sesiones es la oficina de taquigrafía del Concejo. De este modo, las “Actas de las Sesiones del Cuerpo” se constituyen cuando las versiones taquigráficas, una vez visadas por los distintos bloques, son aprobadas y firmadas por el Presidente y el Secretario del Concejo Municipal. La recopilación de todas las actas aprobadas se denomina “Diario de Sesiones”.

Las sesiones se clasifican en:

- “Ordinarias: durante los meses de marzo, abril, mayo y junio; agosto, septiembre, octubre y noviembre. Se denomina "período ordinario" al que transcurre de marzo a diciembre de cada año.
- Extraordinarias: son las sesiones que se convocan fuera del calendario de sesiones ordinarias, ya sea por propia iniciativa o solicitadas por el Departamento Ejecutivo.
- Preparatorias: son las que se desarrollan cuando se renuevan parcialmente los concejales.
- De Prorroga: son las que tienen lugar después del tiempo establecido, por un lapso no mayor a los 30 días.

Dichas sesiones son públicas, excepto cuando la mayoría resuelve que sean secretas por requerirlo los asuntos a tratar”.

4.6 ¿Cómo elevan sus proyectos y pedidos los concejales?

Los proyectos y pedidos toman distintas formas:

- “Ordenanzas: es un dictamen destinado a legislar o dictar disposiciones de carácter permanente o a reformar, abolir o suspender otra ordenanza o regla general.
- Resoluciones: es una decisión que niega o rechaza solicitudes particulares, proyectos, etc., o tiende a adoptar medidas relacionadas con la organización del Concejo.
- Decretos: es la forma que adquieren las autorizaciones a peticiones y exoneraciones de pagos. Además, dispone la realización de obras, plantea la manifestación de su voluntad de practicar algún acto en tiempo determinado o adoptar reglas referentes a procedimientos administrativos.

- Minutas de Comunicación: es un informe destinado a recomendar, requerir información o exponer algo al Departamento Ejecutivo (Municipalidad de Rosario).
- Declaraciones: es una proposición que tiene por objeto exponer la opinión del Concejo sobre cualquier asunto de carácter público”.

Por último debemos destacar que el Concejo no sólo permite, como mencionamos anteriormente, que las sesiones sean abiertas al público, salvo excepciones, sino también posee una serie de programas que intentan promover el acercamiento y la participación de la comunidad en el Concejo. Éstos son: “Los alumnos al Concejo”; “Concejales por un día”; “Parlamentos infantiles”; “Parlamentos infantiles ambientales”; “Parlamentos juveniles distritales”; “Concurso: jóvenes por la no violencia”; “Concejales por un día de la tercera edad” y “Parlamentos universitarios”.

CAPÍTULO V: Análisis

En este capítulo realizaremos un análisis con toda la información obtenida a partir de las entrevistas, incorporando revisión bibliográfica y análisis de documentos.

A partir de la información recogida con la realización de las entrevistas, hemos decidido clasificar los datos obtenidos en dos grandes encuadres para una mayor comprensión de nuestro problema de investigación: 1- Encuadre valorativo; 2- Encuadre técnico.

La decisión de clasificar la información en estos dos encuadres se basó en identificar por un lado, qué consideran qué es el lobby los entrevistados, es decir su opinión con respecto a la actividad en general, este sería el primer encuadre; y por el otro, identificar cómo creen ellos que funciona el lobby, es decir cómo creen que se lleva a cabo su práctica, este sería el segundo encuadre.

Los entrevistados fueron:

- Marcos Gasparutti, Licenciado en Relaciones Públicas, Asesor en Comunicación estratégica y Delegado en Santa Fe del Consejo Profesional de Relaciones Públicas de Argentina.
- Miguel Ángel Zamarini, ex Presidente del Concejo Municipal de Rosario.
- Gabriel Felipe Chumpitaz, Concejal de la Ciudad de Rosario por el bloque Unión PRO, previamente empresario, consultor y especialista en materia de seguridad e inteligencia.
- Eduardo Toniolli, ex Diputado Provincial por el Frente Para la Victoria, actual Concejal de la ciudad de Rosario y Presidente del bloque Partido Justicialista (FPV).
- Elías Soso, ex Presidente de la Asociación Empresaria de Rosario.

5.1 Encuadre valorativo

	Opinión con respecto al lobby	Necesidad de concientizar o no a la sociedad con respecto al lobby	El Poder Político y las presiones
Marcos Gasparutti	En el mundo está mal visto el lobby, digamos, la palabra lobby, la acción de lobby y en realidad en Argentina sobre todo tiene una connotación negativa. Creo que existe, es una actividad que siempre existió, no lo veo mal.	Sí, claro, nos merecemos una ley que transparente las acciones y una buena comunicación a la sociedad para que se comprenda lo que se hace y gestiona.	Por supuesto que sí. Y si no deben prepararse... el que no pueda manejarlas, no puede estar en esas posiciones.
Miguel Ángel Zamarini	El lobby siempre se piensa en la sociedad que es algo para conseguir cosas que no están del todo bien, digo, hay una creencia. Está muy bien cuando es el interés general por encima de los particulares que los políticos, el ámbito político, permita que el sector público y privado influencie en su trabajo para lograr mejores cosas.	Siempre se van a hacer falsas apreciaciones porque sobre el funcionamiento del Concejo siempre va a haber.	La política sí, tiene que estar preparada, no ser permeable. Presionar quiere decir ejercer el punto de vista, el posicionamiento. Grupo de presión está íntimamente vinculado a gestión de interés y lobby.
Gabriel Felipe Chumpitaz	En la Argentina está mal vista la palabra lobby pero en realidad existe en todo el mundo. Uno trabaja por intereses, primero individuales y después colectivos, mientras los intereses sean genuinos, verdaderos y legales, creo que no hay que ocultar nada. El lobby me parece bueno, siempre que esté dentro de la ley obviamente.	Me parece que la gran mayoría de la gente no sabe qué significa el lobby ni la gestión de intereses, si lo explicás, lo comunicás y después concientizás yo creo que puede haber un cambio de paradigma y quizás deje de estar mal vista la palabra.	Yo no sé si recibe tantas presiones, la verdad que el sector político es muy especial, pero el sector empresario también es muy especial y el sector sindical también. Cada uno tiene sus virtudes y sus defectos.
Eduardo Toniolli	Creo que es una actividad que tiene que ver fundamentalmente con la circulación de intereses dentro de una sociedad, a priori no es negativa ni positiva, es tratar de influir en las decisiones estatales o públicas. La idea de lobby básicamente a veces da la idea o refiere a la idea de algo oculto, espurio. No es que tenga una opinión negativa o positiva en sí porque en realidad depende de qué, para qué y en función de qué intereses.	Sí, me parece que es importante que la sociedad pueda informarse, por ejemplo sobre intereses en pugna en los procesos de construcción de políticas públicas.	Tiene que ver con en qué lugar de la escena política y social se encuentra parado cada uno y el modelo de desarrollo que uno proponga, obviamente después en ese marco no hay duda de que pueda haber hombres y mujeres que puedan desviarse de esos ejes y que puedan ser más sensibles a esas presiones.

Elías Soso	La actividad del lobby en líneas generales en la Argentina como nunca fue institucionalizado, sino que parecería como que son comisionistas de la política o comisionistas de los negocios, no se veía bien, como un intermediario de cosas. Si vos necesitás tomar decisiones en favor de determinadas corrientes que están pidiendo algo para la sociedad y vos le podés servir, lo tenés que hacer. Yo pondero la gestión de lo que nosotros le llamamos un lobbista.	La sociedad va a costar muy caro, va a costar tiempo concientizar, hay que concientizar a los factores de poder porque ellos saben que viene una autolimitación a partir de las disposiciones de esta naturaleza, porque va a haber tribunales que naturalmente controlen la conducta del lobbista, porque no va a estar todo librado a la que te criaste.	No corresponde.
------------	--	--	-----------------

	Ilegitimidad de la actividad	Comunidad u ONG vs. empresas
Marcos Gasparutti	Parte un poco del profesionalismo que le podamos dar y la transparencia que le podamos dar a la gestión. Es un cambio también de actitud, un cambio de mentalidad y que ojalá se pueda dar.	Las empresas tienen un fin económico y entonces eso hace que su influencia tienda al bienestar de la empresa y por eso estén mal vista estas acciones, una ONG también puede influir en beneficio propio, pero tienen una reputación en la sociedad que no las hace partícipe de manipulación.
Miguel Ángel Zamarini	Siempre hay problemas cuando no interviene el Concejo, es al revés de lo que se piensa. Yo no puedo decir “el ciento por ciento de los concejales tienen una aureola de angelito”, no puedo decir eso ni me corresponde. Pero digo, están todos los mecanismos para garantizar ese acto de transparencia.	Para mí es lo mismo, el sector privado también hay que atenderlo. Cuando se dice “acá hubo algo que se hizo en favor de esta empresa” es porque no fue transparente.
Gabriel Felipe Chumpitaz	Parecería como que un sector hace las cosas bien y reclama de una forma legítima y otros sectores no. Entonces si vos lo regulás, permitís que todos los sectores sean vistos de la misma manera. Me parece que la regulación siempre es buena, después obviamente hay que cumplirla.	Si lo hace un sector empresarial parecería como que hay intereses económicos, si lo hace un sector sindical parecería como que defiende a los empleados, y yo no creo ni una ni la otra, yo creo que tanto una como otra defiende sus intereses.
Eduardo Toniolli	Se da bajo distintas formas, a veces a la luz del día, a viva voz y en otras veces a través de recursos más soterrados, que eventualmente también pueden incluir recursos ilegales.	Toda decisión política tiene un impacto y beneficia a alguien y desfavorece a otro. Yo a priori no veo mal el intento de influir políticamente, obviamente creo que uno acepta o no acepta esas ideas, esa propuesta, esa iniciativa, en función de a quién perjudica y a quién favorece.
Elías Soso	Yo creo que con el tiempo tenemos que recuperar la adultez en la Argentina, para que los que realmente hagan esa gestión lo hagan dentro del marco de lo que debe	No son intereses convergentes. La empresa va a buscar un negocio, la comunidad va a buscar requerimientos para el bacheo, para la iluminación, para vivir mejor en el barrio, para el agua, en fin,

	ser la honradez, la decencia, la ética, pero eso se construye con el tiempo.	pide otras cosas, pide para el club del barrio. El otro está pidiendo para negocios, por eso es diferente.
--	--	--

En este primer encuadre podemos observar que son varios los puntos a analizar:

5.1.1 Opinión con respecto al lobby

Para empezar, diremos que hay coincidencia mayoritariamente en la opinión que tienen con respecto al lobby. Sostienen en primer lugar que la actividad está mal vista en nuestro país, que tiene una connotación negativa y no así en otros países. Si bien cada uno entiende a su modo qué es el lobby, algunos de una manera similar y otros no tanto, ninguno está en contra de la actividad, siempre y cuando no perjudique el bien de la comunidad.

Castillo Esparcia al igual que éstos, sostiene que “el término *lobbista* ha tenido históricamente un sentido negativo por la imagen, ciertamente simplista, de una persona que intriga y actúa desde la sombra intentando conseguir sus objetivos a través del chantaje, el soborno o la corrupción” (Castillo Esparcia, 2011: 29). Sin ir más lejos, Falcón también opina que la práctica del lobby tiene una connotación negativa en nuestro país, asociándola generalmente a una actividad ilegal. (Falcón, 2012)

Gasparutti considera que el lobby siempre existió, no lo ve mal; Zamarini sostiene que está muy bien cuando es el interés general por encima de los particulares que los políticos, el ámbito político, permita que el sector público y privado influya en su trabajo para lograr mejores cosas. Al igual que éstos, Chumpitaz considera que mientras los intereses sean genuinos, verdaderos y legales, no hay que ocultar nada. El lobby le parece bueno, siempre que esté dentro de la ley obviamente.

Amado Suárez coincidiendo con los dichos de los entrevistados, sostiene:

“los especialistas reconocen que a la actividad le falta transparencia, pero que la actividad de lobbying en sí misma no es mala, y señalan que hay un trecho importante entre la información y la legítima defensa de los intereses (que pueden utilizar ciertas estrategias de presión, pero siempre en el plano ético), y el tráfico corrupto de influencias, que incluyen las tristemente célebres coimas y sobornos, y que en casos extremos, llegan a la defensa de intereses criminales”. (Amado Suárez, 1999: 197)

Según Toniolli es una actividad que tiene que ver fundamentalmente con la circulación de intereses dentro de una sociedad, es tratar de influir en las decisiones estatales o públicas, y a diferencia de todos éstos, no tiene una opinión negativa o positiva en sí porque en realidad depende de qué, para qué y en función de qué

intereses. Falcón entiende al lobby de una manera similar a éste, “es una práctica a través de la cual diversos representantes de intereses particulares o colectivos argumentan en su favor ante diferentes órganos políticos encargados de la toma de decisiones”. (Falcón, 2012: S/P)

Por último, desde una perspectiva más empresarial, Soso sostiene que al no estar institucionalizado parecería como que son comisionistas de la política o comisionistas de los negocios, no se ve bien, como un intermediario de cosas, pero considera que si necesitás tomar decisiones en favor de determinadas corrientes que están pidiendo algo para la sociedad y le podés servir, lo tenés que hacer; más allá de tener un punto de vista un tanto particular con respecto a lo que es la actividad, al igual que los demás pondera la gestión del lobbista.

5.1.2 Necesidad de concientizar o no a la sociedad con respecto al lobby

Al analizar la necesidad de concientizar o no a la sociedad con respecto al lobby, hay opinión dividida en sus respuestas. Tanto Gasparutti, Chumpitaz y Toniolli consideran que sí es necesario; para el primero nos merecemos una ley que transparente las acciones y una buena comunicación a la sociedad para que se comprenda lo que se hace y gestiona, para el segundo la gran mayoría de la gente no sabe qué significa el lobby ni la gestión de intereses, si se lo explica, comunica y después concientiza cree que puede haber un cambio de paradigma y quizás deje de estar mal vista la palabra, y para el tercero es importante que la sociedad pueda informarse por ejemplo sobre intereses en pugna en los procesos de construcción de políticas públicas.

A diferencia de éstos, Zamarini y Soso no consideran necesario concientizar; el primero no lo dice explícitamente pero da a entender que concientizando o no, siempre se van a hacer falsas apreciaciones porque sobre el funcionamiento del Concejo siempre va a haber, y el segundo en forma literal sostiene que a la sociedad va a costar muy caro, va a costar tiempo, y haciendo referencia a una futura reglamentación manifiesta que a los que se debe concientizar es a los factores de poder porque ellos saben que viene una autolimitación a partir de las disposiciones de esta naturaleza, porque va a haber tribunales que naturalmente controlen la conducta del lobbista.

5.1.3 El Poder Político y las presiones

En cuanto a la opinión que tienen con respecto a la preparación del poder político para manejar las presiones que recibe, Gasparutti y Zamarini consideran que sí,

que tiene que estar preparado, no ser permeable; Gasparutti a su vez agrega que si no lo están, deben prepararse, el que no pueda manejarlas no puede estar en esas posiciones; Zamarini sostiene que grupo de presión está íntimamente vinculado a gestión de interés y lobby. Al igual que éste último, Castillo Esparcia sostiene:

“las acciones y actuaciones exógenas del grupo encauzadas hacia el sistema político, se enmarcan en el término más usual de *grupo de presión*. Asimismo, de forma recurrente se puede utilizar la expresión lobby, que principalmente se asocia al grupo de presión, pero que en un significado más adecuado y restringido, se refiere a aquellas empresas especializadas en la función de presionar por encargo de un tercero”. (Castillo Esparcia, 2011: 13)

Chumpitaz a diferencia de Gasparutti y Zamarini, manifiesta no saber si el poder político recibe tantas presiones y considera que tanto el sector político, el sector empresario y el sector sindical son muy especiales, cada uno tiene sus virtudes y sus defectos. Para Toniolli en cambio, depende, tiene que ver con en qué lugar de la escena política y social se encuentra parado cada uno y el modelo de desarrollo que uno proponga, y que obviamente después en ese marco no hay duda de que pueda haber hombres y mujeres que puedan desviarse de esos ejes y que puedan ser más sensibles a esas presiones.

Por último, no consideramos que la pregunta fuera oportuna para Soso dado que él, si bien se dedica a la actividad empresarial y puede tener una opinión al respecto, no lo vive desde el “lado” del sector político y por esta razón decidimos utilizar en el cuadro el término “no corresponde”; a Gasparutti en cambio si se la realizamos a pesar de no tener un rol específico en la política, dado que de algún modo se vincula con ella gestionando estratégicamente la comunicación para el Concejal Gabriel Chumpitaz en la ciudad de Rosario.

5.1.4 Ilegitimidad de la actividad

Al preguntarles si consideran que al no estar regulado el lobby provoca situaciones que lo llevan a su marginalidad en la sociedad, es decir a creer que la actividad es ilegítima, todos opinaron de manera similar. Gasparutti sostiene que parte un poco del profesionalismo que le podamos dar y la transparencia que le podamos dar a la gestión, es un cambio también de actitud, un cambio de mentalidad. Según Zamarini siempre hay problemas cuando no interviene el Concejo, es al revés de lo que se piensa,

y que están todos los mecanismos para garantizar ese acto de transparencia. Ambos establecen una relación entre legitimidad y transparencia.

Toniolli también hace referencia indirectamente a esta relación diciendo que el lobby se da bajo distintas formas, a veces a la luz del día, a viva voz y en otras veces a través de recursos más soterrados, que eventualmente también pueden incluir recursos ilegales. Al igual que éstos, Falcón sostiene:

“si bien en muchas ocasiones los grupos de presión llevan adelante su cometido a través de medios ilegales, eso no significa que la actividad lobbística lo sea, sino que más bien todo lo contrario, se transforma en un fenómeno social que requiere una regulación para evitar que sirva de caldo de cultivo para el fomento de prácticas espurias”. (Falcón, 2012: S/P)

Chumpitaz de una manera muy clara nos dice que parecería como que un sector hace las cosas bien y reclama de una forma legítima y otros sectores no, entonces al regularlo permitís que todos los sectores sean vistos de la misma manera. Soso al igual que Gasparutti hace referencia al profesionalismo, considera que los que realmente hagan esa gestión lo deben hacer dentro del marco de lo que debe ser la honradez, la decencia y la ética. Volpe también se refiere a esto diciendo:

“se torna imprescindible mencionar que será fundamental para todo buen lobista discernir entre lo correcto y lo incorrecto y por consiguiente, asumir el compromiso de obrar virtuosamente, respetando los valores relacionados tanto con la ética profesional como con la organizacional (lo que hace la empresa, cómo debiera comportarse, sus normas, su cultura, decir, su Filosofía)”. (Volpe, 2013: 239)

A simple vista se puede observar que todos de una forma u otra establecen la siguiente conexión: profesionalismo + transparencia y/o regulación = legitimidad de la actividad.

5.1.5 Comunidad u ONG vs. empresas

Por último, con respecto a por qué creen que un ciudadano o una ONG parecería que tienen derecho a acceder o influir en el poder político para dar a conocer su interés, pero en cambio si lo hace una empresa está mal visto, para Zamarini y Chumpitaz es lo mismo que tanto uno como otro expresen sus intereses; éste último manifiesta que si lo hace un sector empresarial parecería como que hay intereses económicos, si lo hace un sector sindical parecería como que defiende a los empleados, pero que él no cree ni una

ni la otra, cree que tanto una como otra defiende sus intereses; Zamarini considera que al sector privado también hay que atenderlo.

Gasparutti sin alejarse de lo que piensan éstos dos, pero no manifestándolo explícitamente, sostiene que si bien las empresas tienen un fin económico y entonces eso hace que su influencia tienda al bienestar de la empresa y por eso estén mal vista estas acciones, una ONG también puede influir en beneficio propio, pero tienen una reputación en la sociedad que no las hace partícipe de manipulación, con esto da a entender que ambos si quieren pueden gestionar sus intereses para beneficio propio y porque se trate de una ONG no significa que no lo pueda llegar a hacer.

Amado Suárez haciendo referencia a esta cuestión sostiene:

“(…) el público en general, no está al tanto de las necesidades de las empresas, y cuando éstas defienden sus intereses -por más justos que sean-, lo hacen a espaldas de la opinión pública, generando un obvio recelo y una desconfianza que se extiende a todas las actividades de ésta”. (Amado Suárez, 1999: 197)

Toniolli sin dar una respuesta específica, considera que depende, que toda decisión política tiene un impacto y beneficia a alguien y desfavorece a otro, pero que a priori no ve mal el intento de influir políticamente y que obviamente cree que uno acepta o no acepta esas ideas, esa propuesta, esa iniciativa, en función de a quién perjudica y a quién favorece.

Soso a diferencia de todos, sostiene que no son intereses convergentes, que la empresa va a buscar un negocio y la comunidad va a buscar requerimientos para el bacheo, para la iluminación, para vivir mejor en el barrio, etc., es decir da a entender que la empresa lo hace para beneficio propio y la comunidad no, y por esta razón obviamente está mal visto.

5.2 Encuadre técnico

	Existencia o no de un procedimiento en el Concejo para recibir inquietudes del sector privado	Canales que cree que utiliza una empresa para comunicarse o influir en el poder político	¿Lobby o gestión de intereses?
Marcos Gasparutti	No corresponde.	Esto, lobby. Se sientan a hablar, no hay otra cosa, no es otra cosa.	Es lo mismo, es un término más amable. (gestión de intereses)
Miguel Ángel Zamarini	Sí, en el reglamento. La Comisión de Trabajo del Concejo Municipal, es un	Las empresas tienen también exactamente los mismos mecanismos que los	Yo creo que está de hecho considerado como que es lo mismo.

	<p>acceso público y libre a todas las personas y a todas las organizaciones. Eso es muy abierto, es muy democrático. Otro gran ejemplo es la Audiencia Pública que está regulado por una ordenanza. No es vinculante. Después están las Jornadas de Debate también, que lo puede promover un ciudadano o una institución.</p>	<p>ciudadanos. La iniciativa del sector privado a partir de un concejal es muy, muy excepcional.</p>	
<p>Gabriel Felipe Chumpitaz</p>	<p>Sí, todos los ciudadanos en general tienen la posibilidad de presentar ya sea propuestas, proyectos y reclamos. O sea así como lo puede hacer una persona física, lo puede hacer una persona jurídica.</p>	<p>No hay mejor comunicación que la tarea propia, verdadera y genuina. Obviamente siempre dentro de un equipo de comunicación profesional que lo sepa comunicar, pero a veces es muy difícil comunicar cuando no se hacen las cosas.</p>	<p>Creo que queda lindo decir gestión de intereses y la palabra lobby no está bien vista, me parece que es un problema dialéctico, un problema de costumbrismo.</p>
<p>Eduardo Toniolli</p>	<p>No, no hay ningún tipo de procedimiento ni a nivel nacional, ni a nivel provincial, ni a nivel municipal, a diferencia de otros países, EE.UU por ejemplo.</p>	<p>Directamente interceder ante determinados funcionarios, directamente comunicarse con los funcionarios, etc. Repito, como cualquier otro actor.</p>	<p>Es un eufemismo, porque lobby en general está mal visto aquí.</p>
<p>Elías Soso</p>	<p>No corresponde.</p>	<p>Los contratan como empleados, como gerentes o hablan a las consultoras, y ahí se arregla, con lo cual igual tienen que pagar.</p>	<p>Hay cosas que son inexplicables. En EE.UU está bien, el lobby es lobby, el lobbista es lobbista y cobra.</p>

	<p>Transparencia de la actividad</p>	<p>M.C y lobby</p>	<p>Casos de lobby en la ciudad de Rosario</p>
<p>Marcos Gasparutti</p>	<p>Sí, por supuesto que estoy a favor. Se está trabajando en una ley, el cambio de gobierno y la nueva gestión del PRO, a partir de esto de tener la gestión transparente, se quiere implementar una ley de lobby que regule la actividad.</p>	<p>Podés ejercer fuerte lobby desde los medios de comunicación pautando, pagando.</p>	<p>Corporación Empresas Inmobiliarias TECHO y diario La Capital UBER*</p>
<p>Miguel Ángel Zamarini</p>	<p>Yo creo que está transparente, no se la conoce tan bien. Hay una ordenanza para la Audiencia, hay en el reglamento del Concejo Municipal cómo se participa de las Comisiones, están los órganos consultivos.</p>	<p>Los medios de comunicación que juegan un rol importante deberían decir bien las cosas, porque hay periodistas que tienen mucho seguimiento, entonces hablan de esto como si fuera una mala acción.</p>	<p>Avenida de las Tres Vías Luis Cándido Carballo Servicios Portuarios Bolsitas de polietileno* Polideportivo Barrio 7 de Septiembre Ciudad Ribera* Cámara de Supermercados y Centro Unión Almaceneros</p>

			Descanso Dominical*
Gabriel Felipe Chumpitaz	Me parece que existe, no hay nada que ocultar, siempre que sea dentro de los parámetros legales y siempre que sea reclamo genuino, reclamo verdadero. Si ya estamos reclamando cuestiones o intereses que hacen daño a otras personas, ya me parece que no.	Son usinas de poder los medios de comunicación, dentro del poder está el lobby. Trabajan obviamente por intereses propios, particulares, y en otros casos trabajan por intereses puntuales de ciertas corporaciones.	Cierre Dominical*
Eduardo Toniolli	No lo tengo demasiado visto, pero no, no creo en el traslado de experiencias mecánicamente de otros países.	Los medios de comunicación son empresas, tienen sus intereses, a veces vehiculizan a partir de algún tipo de pauta privada o pública también determinados intereses específicos y a veces los propios vehiculizan a través de esos medios.	Descanso Dominical* Políticas de privatizaciones Unión Obrera Metalúrgica de Rosario y Acindar
Elías Soso	Si estaría legislado sería mucho mejor, pero además creo que depuraría mucho más, regularía las gestiones, regularía parte de los honorarios, blanquearía algo que subyace, siempre subyace.	Y lógico, son lobby, defienden determinados grupo de intereses. Son lobby con mucho factor de poder, pero la opinión pública es decisiva. Todos los que trabajan para los políticos, las consultoras, todas tienen su contacto lobbístico con los medios de prensa.	Ruta Rosario- Córdoba Conicet Rosario Facultad de Derecho

*Los casos más destacados mencionados por los entrevistados pueden encontrarse descriptos en el anexo correspondiente.

En este segundo encuadre podemos observar que también hay opiniones variadas entre los entrevistados con respecto a los distintos puntos a analizar:

5.2.1 Existencia o no de un procedimiento en el Concejo para recibir inquietudes del sector privado

Partiendo de si existe o no un procedimiento en el Concejo para recibir inquietudes del sector privado desde el punto de vista o conocimiento de los entrevistados, debemos aclarar que tanto con Gasparutti como con Soso, no consideramos oportuna la pregunta debido a que no poseen relación directa con el Concejo Municipal y nuestra intención era conocer si los concejales poseían conocimiento respecto del procedimiento técnico/burocrático del mismo, por lo cual decidimos colocar en el cuadro el término “no corresponde”.

Zamarini y Chumpitaz coincidieron en que sí existe un procedimiento, es decir que tanto personas físicas como personas jurídicas tienen la posibilidad de presentar ya sea propuestas, proyectos y reclamos, Zamarini menciona la existencia de la Comisión de Trabajo del Concejo Municipal, la Audiencia Pública y las Jornadas de Debate. Toniolli en cambio considera que no existe en el Concejo un procedimiento establecido, tampoco a nivel provincial ni nacional, a diferencia de Estados Unidos.

Tal como lo menciona Zamarini, por un lado existe la Ordenanza N° 7.040/2000 que consagra y regula en el Municipio de Rosario el Instituto de la Audiencia Pública. En su Art.1° establece que:

“la Audiencia Pública constituye una instancia de participación en el proceso de toma de decisiones administrativas o legislativas, en el cual la autoridad responsable de la misma habilita un espacio institucional para que todos aquellos que puedan verse afectados o tengan un interés particular o sectorial expresen su opinión respecto de ella. El objetivo de esta instancia es que la autoridad responsable de tomar la decisión acceda a los distintos puntos de vista sobre el tema en forma simultánea y en condiciones de igualdad a través del contacto directo con los interesados”. (Ordenanza N° 7.040/2000)

A su vez, en el Art. 2° establece que podrán participar de la Audiencia toda persona física o jurídica con domicilio en la ciudad de Rosario, inscribiéndose en el Registro; en el Art. 3° se menciona el hecho de que las personas jurídicas participan a través de un representante legal o un apoderado. Lo que se resuelva en la Audiencia no es vinculante. En el Art. 5° expresa que quiénes pueden convocar a Audiencia Pública son el Departamento Ejecutivo, el Concejo Municipal o una cantidad de ciudadanos. Si es a pedido ciudadano, el Art. 14° establece “las Audiencias Públicas por solicitud ciudadana podrán convocarse cuando así lo requiera el 0,5% de los electores del último padrón electoral de la ciudad, debiendo los interesados especificar con precisión el tema que se pretende poner a discusión” (Ordenanza N° 7.040/2000). En este caso, es presidida por el Intendente Municipal o por quién deje en su reemplazo (Art. 16°).

Una vez finalizada la Audiencia, el Art. 31° establece “la información y opiniones de ella resultantes deberán ser entregadas a la Presidencia del Concejo Municipal o al Intendente, según quien fuera la entidad convocante, quien deberá incorporarla al expediente en tratamiento”. (Ordenanza N° 7.040/2000)

Por otro lado, en cuanto a las Comisiones de Trabajo del Concejo Municipal mencionadas también por Zamarini, en la página web del Concejo se encuentran

detalladas con el día y hora de reunión, dirección, teléfono y e-mail. Ellas son: Comisión de Cultura y Educación; Comisión de Derechos Humanos; Comisión de Ecología y Medio Ambiente; Comisión de Gobierno; Comisión de Obras Públicas; Comisión de Planeamiento y Urbanismo; Comisión de Presupuesto y Hacienda; Comisión de Producción y Promoción del Empleo; Comisión de Salud y Acción Social; Comisión de Seguridad Pública y Comunitaria y Comisión de Servicios Públicos Concedidos (<http://www.concejorosario.gov.ar/>). Pero, en este caso, a diferencia de lo expuesto por Zamarini, en el Reglamento Interno del Concejo Municipal en el Art. 55° se menciona que “a las reuniones de comisión podrá asistir todos los concejales que lo deseen. Los debates en las comisiones serán exclusivamente entre los concejales” (Reglamento Interno del Concejo Municipal de Rosario), es decir no hace referencia al hecho de que los ciudadanos puedan acceder a las comisiones.

5.2.2 Canales que cree que utiliza una empresa para comunicarse o influir en el poder político

Con respecto a los canales que creen que utiliza una empresa, a demás del lobby pese a no estar regulado, para comunicarse o influir en el poder político, el único que sólo menciona ese canal es Gasparutti. El resto mencionó también otros modos, como por ejemplo Chumpitaz que sostiene que no hay mejor comunicación que la tarea propia, verdadera y genuina, dentro de un equipo de comunicación profesional que lo sepa comunicar.

Toniolli simplifica diciendo que es directamente interceder ante determinados funcionarios, directamente comunicarse con los funcionarios, como cualquier otro actor; Zamarini al igual que éste último tampoco hace distinción entre los canales que puede utilizar una empresa o un ciudadano, pero sostiene que la iniciativa del sector privado es muy excepcional a partir de un concejal.

A diferencia del resto, Soso, menciona el hecho de que los contratan como empleados, como gerentes o hablan a las consultoras.

5.2.3 ¿Lobby o gestión de intereses?

El único punto en que todos coinciden y tienen una opinión similar tiene que ver con la utilización de los términos “lobby” y “gestión de intereses”. Para todos los entrevistados significan lo mismo, pero consideran que al estar mal vista la palabra “lobby” utilizar “gestión de intereses” queda mejor, es un término más amable.

Chumpitaz sostiene que es un problema dialéctico, un problema de costumbrismo; Toniolli lo define como un eufemismo.

5.2.4 Transparencia de la actividad

En cuanto a la transparencia de la actividad y por ende su posterior legislación, hay opiniones diversas. Gasparutti, Chumpitaz y Soso, están a favor de implementar una reglamentación; Chumpitaz sostiene que el lobby existe, que no hay nada que ocultar, siempre que sea dentro los parámetros legales y sea reclamo genuino, verdadero, sin hacer daño a otras personas; para Soso legislarlo sería mucho mejor, depuraría mucho más, blanquearía algo que subyace. Zamarini no se aleja mucho de la opinión de éstos, pero considera que ya está transparente la actividad, solo que no se la conoce tan bien, menciona la existencia de una ordenanza para la Audiencia, en el reglamento del Concejo Municipal cómo se participa de la Comisiones y la existencia de los órganos consultivos.

A diferencia de todos, Toniolli no está a favor de la reglamentación, ya que no cree en el traslado de experiencias mecánicamente de otros países. Éste último hace referencia por ejemplo a la reglamentación de la actividad del lobby en Estados Unidos: primero intentó ser regulado por la Federal Regulation of Lobbying Act de 1946, que tuvo como principal objetivo transparentarlo ante el público, pero luego dicha ley:

“fue considerada ineficaz porque no cubría el lobbying ante el Poder Ejecutivo, ante el personal del Congreso o ante las asociaciones representativas de la sociedad civil. Por otra parte, la mayor parte de los lobbistas escapaban a la obligación de inscribirse por culpa de los vacíos legales”. (Volpe, 2013: 235)

Por esta razón, se firmó el Lobbying Disclosure-Act en 1996, que establece:

“- Su actividad es: la preparación y planificación de actividades, la investigación o cualquier otra tarea de formación, destinados a ser usados para dialogar y persuadir a los actores políticos en pos de que éstos consideren la conveniencia de tener en cuenta la posición que se representa o manifiesta. - Quién lo ejerza debe ser: aquél que lleve a cabo la actividad en representación autónoma de un cliente o empleado por una empresa u organización. - Los Poderes Públicos afectados son: el Poder Legislativo: miembros del Congreso, funcionarios electos de ambas Cámaras y los empleados de los miembros del Congreso, de los comités parlamentarios y de los staffs de los líderes de cualquiera de las dos Cámaras, y el Poder Ejecutivo: el Presidente, el Vicepresidente o cualquier empleado de la

Oficina del Presidente, así como cualquier funcionario o empleado de la Administración Pública”. (Volpe, 2013: 235)

5.2.5 Medios de comunicación y lobby

Otro punto a analizar es la relación lobby y medios de comunicación, ¿los medios de comunicación son gestores de lobby? Todos coinciden en que entre ambos, de una forma u otra, hay conexión. Para Soso directamente los medios de comunicación son lobby con mucho factor de poder que defienden determinados grupo de intereses; para Gasparutti se puede ejercer fuerte lobby desde los medios de comunicación pautando, pagando, con lo cual a diferencia de Soso, da a entender que éstos son gestores de lobby y no lobby en sí mismos.

Zamarini en cambio menciona el hecho de la difamación con respecto a la actividad del lobby por parte de algunos periodistas con mucho seguimiento, que hablan como si fuera una mala acción y sostiene que los medios al jugar un rol importante deberían decir bien las cosas.

De manera similar a Soso, Chumpitaz sostiene que los medios de comunicación son usinas de poder y dentro del poder está el lobby, que trabajan obviamente por intereses propios y en otros casos por intereses puntuales de ciertas corporaciones. Sin alejarse mucho de la opinión de estos últimos con respecto a este tema, Toniolli sostiene que los medios de comunicación son empresas, que tienen sus intereses, a veces vehiculizan determinados intereses específicos a partir de algún tipo de pauta privada o pública y a veces los propios.

5.2.6 Casos de lobby en la ciudad de Rosario

Por último, a la hora de dar a conocer casos de lobby ocurridos en la ciudad de Rosario, todos fueron muy variados salvo algunas excepciones. Debemos aclarar, que los mismos solo serán enunciados sin entrar en detalle, dado que lo que nos interesaba era el modo de abordar la gestión de intereses y no el análisis de casos puntuales que deberían ser trabajados en otra ocasión y con otros recursos.

Zamarini y Toniolli son los únicos que coinciden en mencionar como ejemplo el *Descanso Dominical*, Chumpitaz en vez de *Descanso* habla de *Cierre Dominical*. Zamarini también menciona otros casos: *Avenida de las Tres Vías Luis Cándido Carballo*; *Servicios Portuarios*; *Bolsitas de polietileno*; *Polideportivo Barrio 7 de Septiembre*; *Ciudad Ribera*; *Cámara de Supermercados y Centro Unión Almaceneros*.

Toniolli además del *Descanso Dominical*, nombra el caso de las *Políticas de privatizaciones* y el de la *Unión Obrera Metalúrgica de Rosario y Acindar*.

Gasparutti da a conocer el caso de *Corporación Empresas Inmobiliarias*, el de *TECHO* y diario *La Capital* y el de *UBER*. Soso menciona el caso de la *Ruta Rosario-Córdoba*, el de *Conicet Rosario* y el de la *Facultad de Derecho*.

Como podemos observar, esta gran cantidad de ejemplos de lobby que nos brindaron los entrevistados, nos permite dar cuenta que la actividad pese a no tener una regulación específica es desarrollada de todos modos en la ciudad de Rosario.

CAPÍTULO VI: Conclusiones

Las conclusiones a las que hemos arribado gracias al trabajo realizado, es que el lobby es una herramienta necesaria de las Relaciones Públicas para poder comunicarse, vincularse e influir sobre las decisiones de los poderes públicos, siendo éstos uno de los públicos que inciden en una organización. A través de diferentes autores así como de los entrevistados, hemos visto que es una práctica cuestionada en el plano de la opinión pública debido a que no posee una regulación específica en nuestro país, y sin embargo es realizada, lo cual lleva a vincularla erróneamente con el “tráfico de influencias” o a considerarla como si fuera una mala acción.

Las representaciones de todos los entrevistados con respecto al lobby coinciden con que la actividad está mal vista en nuestra sociedad, tiene una connotación negativa y no así en otros países, pero consideran que no está mal realizarlo siempre y cuando no perjudique el bien común. Esto se ve reflejado por ejemplo en el caso de Zamarini, que sostiene que “está muy bien cuando es el interés general por encima de los particulares que los políticos, el ámbito político, permita que el sector público y privado influencie en su trabajo para lograr mejores cosas” (Zamarini, ex Presidente del Concejo Municipal de Rosario); o en el caso de Chumpitaz que considera que “mientras los intereses sean genuinos, verdaderos y legales, no hay que ocultar nada. El lobby me parece bueno, siempre que esté dentro de la ley obviamente”. (Chumpitaz, Concejal de la Ciudad de Rosario por el bloque Unión PRO)

Esta connotación negativa que existe en relación al lobby, nosotros la asociamos directamente a:

- La **falta de conocimiento** en la sociedad sobre lo que implica verdaderamente la actividad, es decir en qué consiste y cómo se lleva a cabo. Chumpitaz coincide con esto y sostiene que “la gran mayoría de la gente no sabe qué significa el lobby ni la gestión de intereses, si se lo explica, comunica y después concientiza creo que puede haber un cambio de paradigma y quizás deje de estar mal vista la palabra”. (Chumpitaz, Concejal de la Ciudad de Rosario por el bloque Unión PRO)
- Su **falta de reglamentación específica**, ya que da lugar, en algunas ocasiones, a malinterpretaciones en el modo de operar por parte de quienes lo realizan, así también en la sociedad. Soso con respecto a esto, manifiesta que “si estaría legislado sería mucho mejor, pero además creo que depuraría mucho más, regularía las gestiones, regularía parte de los honorarios, blanquearía algo que

subyace, siempre subyace”. (Soso, ex Presidente de la Asociación Empresaria de Rosario)

- La **errónea información** que a veces brindan los medios de comunicación al respecto. Según Zamarini “los medios de comunicación que juegan un rol importante deberían decir bien las cosas, porque hay periodistas que tienen mucho seguimiento, entonces hablan de esto como si fuera una mala acción”. (Zamarini, ex Presidente del Concejo Municipal de Rosario)
- La **falsa consideración** en la sociedad de que está bien que un ciudadano o una ONG gestione sus intereses frente al poder político, pero si lo hace una empresa está mal visto ya que reclama por beneficio propio perjudicando al resto. Gasparutti en referencia a esto, sostiene que:

“si bien las empresas tienen un fin económico y entonces eso hace que su influencia tienda al bienestar de la empresa y por eso estén mal vista estas acciones, una ONG también puede influir en beneficio propio, pero tienen una reputación en la sociedad que no las hace partícipe de manipulación”. (Gasparutti, Licenciado en Relaciones Públicas y Delegado en Santa Fe del Consejo Profesional de Relaciones Públicas de Argentina)

A la hora de identificar las herramientas utilizadas por las empresas para la comunicación externa con los poderes públicos, a nuestra consideración como dijimos en un principio y para nuestros entrevistados, es el lobby pese a no estar regulado. Creemos que la actividad es una herramienta necesaria en lo que respecta al vínculo beneficioso entre ambos actores, lo cual se traduce en el éxito de uno de los ejes centrales en el campo de las Relaciones Públicas. Toniolli lo expresa de una manera clara “es directamente interceder ante determinados funcionarios, directamente comunicarse con los funcionarios, como cualquier otro actor” (Toniolli, Concejal de la ciudad de Rosario y Presidente del bloque Partido Justicialista, FPV); Chumpitaz a demás de considerar al lobby como posible canal para ejercer la comunicación con los poderes públicos, nos brinda también otra visión al respecto diciendo “no hay mejor comunicación que la tarea propia, verdadera y genuina. Obviamente siempre dentro de un equipo de comunicación profesional que lo sepa comunicar, pero a veces es muy difícil comunicar cuando no se hacen las cosas”. (Chumpitaz, Concejal de la Ciudad de Rosario por el bloque Unión PRO)

Al comparar las representaciones que asume la gestión de intereses con respecto al lobby en el ámbito legislativo de la ciudad de Rosario, hacemos referencia a las

apreciaciones que giran en torno a dichos términos. Para nosotros al igual que para diferentes autores, significan lo mismo, son sinónimos, ya que “lobby” en un sentido amplio no es más que gestionar intereses entre distintos actores, pero al tener esta palabra una connotación negativa consideramos que “gestión de intereses” es una expresión más “formal”, es decir una terminología que puede ayudar a comprender más fácilmente a qué nos referimos cuando hablamos de dicha práctica. Todos los entrevistados coinciden con este punto de vista, ya que también sostienen que ambos términos significan lo mismo y consideran que al estar mal vista la palabra “lobby” utilizar “gestión de intereses” queda mejor, es un término más amable. Chumpitaz manifiesta que es un problema dialéctico, un problema de costumbrismo; Toniolli lo define como un eufemismo.

De este modo, creemos que los objetivos planteados en nuestra investigación, tanto el general como los específicos, fueron alcanzados, dado que pudimos indagar la forma que asume el lobby, en tanto herramienta de las Relaciones Públicas; describir las representaciones con respecto a éste; identificar las herramientas utilizadas por las empresas para comunicarse con los poderes públicos y comparar las representaciones que asumen la gestión de intereses y dicha actividad.

Finalmente, gracias al trabajo de investigación realizado, concluimos que lo planteado en nuestra hipótesis es factible, siendo la forma que asume el lobby, en tanto herramienta de las Relaciones Públicas, en la política pública santafesina, específicamente en el ámbito del Poder Legislativo de la ciudad de Rosario, la de una práctica informal, no transparente y con escasa legitimidad. La informalidad y su no transparencia lo relacionamos con la falta de reglamentación específica en nuestro país y su realización de todos modos como es el caso de la ciudad de Rosario, lo cual pudo ser comprobado gracias a los ejemplos brindados por todos los entrevistados. Si bien Chumpitaz y Zamarini sostienen que existe en el Concejo un procedimiento establecido para recibir inquietudes del sector privado, éste no se trata específicamente de un reglamento que establece cómo tiene que proceder un lobbista. A su vez, como mencionamos anteriormente, su informalidad y no transparencia, llevan a que la actividad sea considerada ilegítima.

Por esta razón, consideramos que el lobby debe ser regulado, resultando de esa manera beneficioso para diversos actores:

- Para el **Estado/gobierno**: por un lado, enriquecerá a la práctica democrática, constituyéndose el lobby como un canal que favorecerá la interacción política, y

por el otro, el Estado tendrá la oportunidad de controlar el accionar de quienes lo lleven a cabo.

- Para las **empresas**: podrán gestionar sus intereses frente al poder político de igual manera que lo hace un ciudadano, sin ser mal visto, y también podrán incorporar en sus áreas de trabajo a lobbistas que sepan realizar profesionalmente su labor respetando los marcos legales.
- Para los **profesionales**: por un lado, la práctica será reconocida como tal, regulándose los respectivos honorarios, y por el otro, su accionar ya no será juzgado o malinterpretado.
- Para la **sociedad**: podrá comprender verdaderamente en qué consiste la actividad, utilizándola como vía para participar en la toma de decisiones y a su vez, al existir un marco regulatorio, se protegerá en mayor medida el bienestar social sancionando a aquellos que pretendan corromperlo a través de dicha práctica.

Esperamos con humildad que este trabajo haya sido esclarecedor respecto a la temática abordada y aporte elementos significativos al campo de nuestra profesión.

BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO PIÑEIRO, Armando, (1992), El quinto poder: teoría y práctica del lobbying. Buenos Aires: Editorial Macchi.
- AMADO SUÁREZ, Adriana, Et. Al, (1999), Comunicaciones públicas. El modelo de la comunicación integrada. Buenos Aires: Editorial Temas.
- AVILIA LAMMERTYN, Roberto E., (1999), Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas de comunicación integradora. Buenos Aires: S/E.
- BINENFELD, Aaron, (2009), Alcances de la profesión de Relaciones Públicas. Selecciones de Relaciones Públicas, 17-30.
- BLANCO, Lorenzo, (2000), Práctica de Relaciones Públicas. El planeamiento. Buenos Aires: Editorial Ugerman.
- CAPRIOTTI, Paul, (1999), Planificación estratégica de la imagen corporativa. Barcelona: Editorial Ariel.
- CASTILLO ESPARCIA, Antonio, (2011), Lobby y comunicación. El lobbying como estrategia comunicativa. Zamora: Editorial Comunicación Social.
- CORREA RÍOS, Enrique, (2010), “Comunicación: lobby y asuntos públicos”, artículo publicado en Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N° 33, Universidad de Palermo, Buenos Aires.
- CUTLIP, Scott M., Et. Al, (2006), Manual de Relaciones Públicas eficaces. Barcelona: Editorial Gestión 2000.
- DYE, Thomas R., (1984), Understanding Public Policy. New Jersey: Editorial Prentice-Hall.
- GALAVIZ, Efrén Elías, (2006), El cabildeo legislativo y su regulación. México, D.F.: Editorial Universidad Nacional Autónoma de México.
- GRAGLIA, Emilio, (2004), Diseño y gestión de políticas públicas: hacia un modelo relacional. Córdoba: Editorial EDUCC.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, Et. Al, (2006), Metodología de la investigación. México, D.F.: Editorial McGraw-Hill.
- L’ETANG, Jacquie, (2009), Relaciones Públicas: Conceptos, Práctica y Crítica. Barcelona: Editorial UOC.
- SABINO, Carlos, (1996), El proceso de investigación. Buenos Aires: Editorial Lumen-Hvmanitas.
- VOLPE, Gisela, (2013), “Campañas de Relaciones Públicas, otra mirada; Ética; Lobby; Responsabilidad Social Corporativa; Sondeos de Opinión Pública”, en Binensfeld,

Manual Digital de Relaciones Públicas con Ejercicios. Buenos Aires: Editor Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina. Disponible en <http://s133.redynet.com.ar/ftprpp/archivos/Manual%20digital%20de%20RRPP%20con%20ejerciciosBC.pdf>

WILCOX, Dennis L., Et. Al, (2006), Relaciones Públicas: Estrategias y tácticas. Madrid: Editorial Pearson.

XIFRA, Jordi, (1998), El lobbying. Cómo influir eficazmente en las decisiones de las instituciones públicas. Barcelona: Editorial Gestión 2000.

XIFRA, Jordi, (2003), Teoría y estructura de las Relaciones Públicas. España: S.A. McGraw-Hill. Interamericana de España.

XIFRA, Jordi, (2008), Las relaciones públicas. Barcelona: Editorial UOC.

Documentos utilizados

CAMPOS RÍOS, Maximiliano, “El lobby en Argentina y U.S.A”, nota publicada en Escenarios Alternativos (2009). Disponible en <http://www.escenariosalternativos.org/default.asp?nota=3481>

CONCEJO MUNICIPAL DE ROSARIO. Disponible en <http://www.concejorosario.gov.ar/>

DECRETO 1172/ 2003, Poder Ejecutivo Nacional. Disponible en <http://infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/90000-94999/90763/norma.htm>

FALCÓN, Juan Pablo, “Una necesaria reglamentación para una necesaria transparencia. A propósito del lobby como técnica de participación”, ponencia publicada en Asociación de Derecho Administrativo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 4º Congreso (2012). Disponible en <http://www.adaciudad.org.ar/congresos/4to/ponencias/>

ORDENANZA N° 7.040/ 2000, Municipalidad de la Ciudad de Rosario. Disponible en <http://www.rosario.gov.ar/normativa/ver/visualExterna.do?accion=verNormativa&idNormativa=18444>

REGLAMENTO INTERNO, Concejo Municipal de Rosario. Disponible en http://www.concejorosario.gov.ar/resources/archivos/Reglamento_Interno.pdf

ANEXO

Anexo 1

Entrevista a Marcos Gasparutti, Licenciado en Relaciones Públicas, Asesor en Comunicación estratégica y Delegado en Santa Fe del Consejo Profesional de Relaciones Públicas de Argentina, el día 7 de abril de 2016 a las 17:30 hs.

JG: Bueno... ¿qué opinión tiene usted con respecto a la actividad del lobby?

MG: Bueno, en el mundo está mal visto el lobby, digamos, la palabra lobby, la acción de lobby y en realidad en Argentina sobre todo tiene una connotación negativa. Con lo cual desde el Consejo Profesional de Relaciones Públicas de Argentina lo que vinculamos fue la denominación de gestión de intereses. A partir de eso, se está trabajando en una ley, el cambio de gobierno, digamos, y la nueva gestión del PRO, a partir de esto de tener la gestión transparente ¿viste? y demás, bueno se quiere implementar una ley de lobby que regule la actividad. Entonces la Comisión de Gestión de Intereses del Consejo de Relaciones Públicas está trabajando junto al gobierno, y es uno de los Órganos Consultores para la ley. Con lo cual tengo una buena... digamos, creo que existe, es una actividad que siempre existió. La reglamentación bueno, hay que ver cómo es que se reglamenta, por qué lado, por dónde va. Pero sí, estoy a favor, porque obviamente lo que no estoy a favor es de la coima, digamos, concretamente...

JG: Lo que sería el tráfico de influencias...

MG: Sí... en realidad no, no es el tráfico de influencias, en realidad es: vos sos conocido mío, yo trabajo para una multinacional, te paso un sobre con 100.000 (cien mil) dólares para que se apruebe la ley.

JG: Claro lo se llama como también cohecho, viste que está penalizado.

MG: Sí, por eso. Con lo cual esa actividad está mal, pero que yo salga a comer con un legislador representando a una empresa y comentándole cuáles son los intereses que tiene la organización, para dónde vamos, con las leyes que queremos presentar o con lo que nos interesa... eso no lo veo mal.

JG: Claro, siempre y cuando no perjudique al bien común no tiene porque ser...

MG: No, al contrario, siempre se busca o se pretende buscar obviamente el beneficio de la organización pero que no represente un daño para la sociedad.

JG: Y bueno, entonces siendo que el lobby no está regulado en nuestro país, ¿qué canales pensás que utiliza una empresa para poder comunicarse o influir en el poder político?

MG: Esto, lobby.

JG: El lobby y alguna otra...

MG: Se sientan a hablar con los tipos, digamos, no hay otra cosa, no es otra cosa...

JG: Claro no hay otra manera...

MG: No, en Rosario, a ver... los medios de comunicación, podés ejercer fuerte lobby desde los medios de comunicación pautando, pagando, entonces es en contra de determinada cuestión del gobierno local...

JG: Claro que sería más que lobby directo, un lobby indirecto porque utilizan a los medios para...

MG: Usan los medios como para meterle presión a una determinada cosa, ¿sí? No sé, estoy pensando en los taxis actualmente con Uber, con la aplicación Uber.

JG: Ah, claro...

MG: Salen todos los tacheros a hablar por todos los medios, por ejemplo ¿no?

JG: Lo utilizan como para...

MG: Claro, con lo cual lo que se necesita, digamos, no hay otra forma, es sentarte a hablar y en Rosario nos conocemos todos...o sea que es mucho más fácil, si se quiere llegás directamente a lo que querés.

JG: Claro, y ¿por qué crees entonces que si entre todos se conocen y es tan fácil no lo quieren transparentar? Porque no lo quieren llamar lobby o por la cuestión de que está mal visto y entonces...

MG: No, no, porque yo te digo el lobby tiene una mala connotación, digamos, entonces vos decís “estoy haciendo lobby” pero a ver... “sí, voy a hacer lobby”, “vamos a hacer lobby” o “vamos a generar lobby para tal cosa”, digamos, es la palabra que usamos, el tema es que en la sociedad tiene una connotación mala, está mal visto.

JG: Sí, en realidad es el término que se utiliza porque la acción es la misma...

MG: Porque a ver... el otro día nosotros, si te fijas en mi muro, subí una foto en una reunión con Mónica Fein, ¿sí?, yo soy asesor de la Corporación Empresas Inmobiliarias de Rosario y generamos una reunión con Mónica Fein.

JG: Claro

MG: Eso es lobby, digamos, no hubo plata en el medio, para nada, fue sentarnos con la número uno de la ciudad y comentarle en que línea estábamos trabajando, que había unas cuestiones que ella había dado desde su discurso en el inicio de sesiones que nosotros nos poníamos a disposición para trabajar con ella.

JG: Claro

MG: Nada, digo no hay...

JG: No hay nada...

MG: Lo que pasa que “ahh mirá están haciendo lobby, están haciendo lobby”, sí, estamos haciendo lobby, ¿cuál es el problema?

JG: Claro, pero no tiene nada malo, tal cual.

MG: El tema es la connotación que tiene la gente sobre eso.

JG: La idea que se tiene con respecto a eso.

MG: Entonces por eso es la gestión de los intereses, la organización tiene unos intereses, la Municipalidad tiene unos intereses, lo que buscamos es poder congeniarlos.

JG: Claro, y hablando de la gestión de intereses, ¿estás al tanto del Decreto 1172 que se firmó en el 2003 (dos mil tres) con Kirchner?

MG: Que dice ¿qué?

JG: Que lo que habla es eso, la gestión de intereses pero con respecto al Poder Ejecutivo nada más.

MG: No, no lo leí, no sé que dice...

JG: Bueno, te habla como que la gestión de intereses es toda actividad que desarrolla, en modalidad de audiencia, una persona física o jurídica, con o sin fin de lucro, para influir en las decisiones o en los intereses pero del Poder Ejecutivo Nacional.

MG: Que le pregunten a Lázaro Baéz, digamos, si firmó eso lo firmó pero no lo hizo. Toda la obra pública de la provincia de él se la dieron a Lázaro Baéz, se la agarró él, entonces eso ¿no es lobby?, eso ¿no es gestión de intereses? Eso es robo, digamos, no es gestión de intereses, eso es robo.

JG: Si el tema es que quisieron regular el tema de la gestión de intereses pero lo que decís vos la palabra lobby o el lobby no lo quieren, porque al estar mal visto no quieren utilizar ese término.

MG: Claro

JG: Y ¿qué diferencia hay para vos de la gestión de intereses con el lobby?, o ¿es lo mismo?

MG: Es lo mismo.

JG: Nada más que distintos términos.

MG: Es lo mismo, es un término más amable. El lobby nace de los lobby de hotel, digamos, la etimología de la palabra viene de ese lado. ¿Dónde se reunían los políticos?, ¿dónde se reunía el poder público?, en los hoteles, en realidad no en los hoteles, sino en el espacio ese grande que hay en los hoteles que se le llama lobby, bueno es un espacio

que hay en distintos edificios. Entonces ¿dónde lo cruzabas vos a un concejal?, en el lobby del Concejo, en el espacio ese amplio del Concejo. ¿A dónde te cruzas a Mónica Fein?, en el Palacio de los Leones, ahí en el patio de la entrada, entonces viene de ahí eso. El tema ya te digo, que se desvirtúa en función de las dádivas o de los beneficios que vos le estás dando a alguien para que ese alguien apruebe la gestión, pero igual no se hace eso.

JG: Y ¿crees que es necesario que exista en las empresas un área destinada a la comunicación con los poderes políticos?

MG: Sí, totalmente, dependiendo de la organización, dependiendo de la empresa, de cuáles son sus intereses, sus objetivos, cuál es su planificación, si. Es muy específico, digamos, ahí alguien la tiene que gestionar, no es que la puede hacer cualquiera.

JG: Claro, cualquiera no puede...

MG: Es muy específico, es como hacer un balance, no lo puede hacer cualquiera. Lo tiene que hacer un lobbista, lo tiene que hacer un gestor de intereses...

JG: Alguien que esté preparado...

MG: Que puede ser un relacionista público, puede ser un politólogo, puede ser un idóneo que tenga conocimiento del mapa político y de la actualidad, digamos, no importa ahí el título, el título universitario, importa el conocimiento del área y el conocimiento de la empresa o de la organización en la que vos trabajes.

JG: Claro, y bueno la opinión que tenés con respecto a transparentar la actividad ya me dijiste, o sea estás a favor que se transparente.

MG: Sí, por supuesto que estoy a favor. Es más, en Estados Unidos y esa ley que te mencionaba recién lo que apunta un poco es a transparentar esa nómina y que haya un registro de quiénes son los lobbistas, que todo el mundo sepa “Marcos Gasparutti es lobbista de CEIR”, “Marcos Gasparutti es... o gestor de intereses o relacionista público”, que lo llamen como quieran. Pero no lo veo mal, no está mal, está mal te reitero el que vos le pagues a alguien para que te aprueben el proyecto, eso es lo que está mal.

JG: Claro, la coima. Y ¿crees que al no estar regulado provoca situaciones que lo llevan a su marginalidad o a que se crea que es ilegítima la actividad? Por ahí si vos me decís que si estuviesen, no sé, en un acta todos los lobbistas, es como que por ahí la sociedad no lo vería como algo corrupto o algo...

MG: A ver... la corrupción existe y en todos los órdenes, de hecho está en las noticias, lo estamos viendo todos los días.

JG: Bueno pero cuando está asociado al poder político casi siempre se piensa que algo...

MG: El tema de las listas, es decir, supónete que yo me junto con... no sé, Miguel Lifschitz en el lobby de un hotel a hablar de los intereses de mi organización ¿sí?, a la que represento, toda la gente que me vea van a decir “mirá están haciendo lobby”.

JG: Claro

MG: Entonces parte un poco del profesionalismo que le podamos dar y la transparencia que le podamos dar a la gestión. Con lo cual yo no lo veo mal, no me parece que esté mal. A ver... es un cambio también de actitud, un cambio de mentalidad y que ojalá que se pueda dar. No, no estoy en contra, al contrario.

JG: Y bueno, y los medios de comunicación sí son gestores de lobby, anteriormente ya me lo habías dicho...

MG: Sí, lo que pasa es que a ver... estoy asesorando a Techo, a la organización Techo ¿viste? que construye casas, bueno... se decidió por 6 (seis) meses no construir casas por una cuestión de seguridad de los voluntarios ¿sí?, debido precisamente a la inseguridad y que varios de los voluntarios quedaron en tiroteos, quedaron cruzados en el medio de dos tiroteos. Entonces con Techo hicimos una carta, hicimos un mail para enviarle a todos nuestros socios, empresas asociadas, tiene distintos públicos pero uno de ellos a los primeros que le comunicamos fueron a las empresas asociadas. Comunicándole, diciéndole que íbamos a parar la pelota por 6 (seis) meses, que no íbamos a construir, que nos tomábamos ese tiempo precisamente para poder trabajar en esta cuestión de la seguridad de nuestros voluntarios, de ver cómo podemos hacer para que bueno... concretamente que no nos maten a nadie.

JG: Claro, que estén seguros...

MG: ¿Qué pasa si nos matan a un voluntario?, o sea ¿qué pasa? Situación de crisis, comunicación de crisis, ¿no?, ¿qué hacemos? Manual de crisis, básico, bueno paremos la pelota no quiero que nadie se muera...

JG: Claro

MG: ¿Sí?, no queremos a nivel nacional, nadie quiere que se muera... bueno ¿qué hacemos con esto? Bueno paramos la pelota, salimos a comunicarlo, lo explicamos, lo toma el diario La Capital, lo toma en función de sus propios intereses no de la organización, ¿sí?, sale con un titular y con una página completa a decir “Techo se va de Rosario”.

JG: Claro no, nada que ver...

MG: A ver... Techo no se va de Rosario, Techo deja de construir casas por una cuestión de seguridad de sus voluntarios.

JG: Claro, que es ajeno a lo que dieron a entender...

MG: Que es ajeno a...

JG: No depende de ellos...

MG: No depende de ellos, tampoco es estar en contra de la Municipalidad ni en contra de la provincia, pero es decirles...

JG: Pero necesitan ayuda...

MG: "Che a ver... hagamos algo, necesitamos información, necesitamos capacitarnos, necesitamos trabajar en estas áreas". Bueno de hecho sale eso así que... pero, ¿por qué sale eso?, a mi entender porque genera propios intereses para el diario La Capital.

JG: Claro

MG: ¿Me entendés?, le está diciendo a la Municipalidad "ah mirá se te va una organización", por abajo debe haber un gestor de intereses, ¿me entendés?, pidiéndole.

JG: Sí

MG: Con lo cual eso te hace rehén de una posición en la cual vos no querés estar, donde el rédito se lo lleva otro y no es lo que la institución quiere organizar. Entonces vos fijate a partir de un tema que nada tiene que ver digamos con el diario, el medio de comunicación lo toma como propio, le saca una hoja entera en contra de la Municipalidad.

JG: Sí, no...

MG: No, no se hace eso...

JG: No, no tiene que ver tampoco con...

MG: Mínimamente llamame y preguntame. Nos llamaron, nos preguntaron, le dijimos "no, no estamos de acuerdo con eso, no es así", lo sacaron igual...

JG: Y lo sacaron igual...

MG: Mónica Fein, nos reunimos con la Municipalidad, antes de ayer, se ponen a disposición para trabajar con nosotros en los asentamientos, pero no fue lo que hicimos. Entonces cada uno toma lo que le conviene.

JG: Claro lo que le conviene para su propio interés.

MG: Y no es eso, entonces... digamos, la gestión de intereses tiene que ser clara, estamos gestionando los intereses de nuestros voluntarios en este caso. Pero claro ¿qué pasa?, la Municipalidad, el interés de la Municipalidad es mostrar que "Techo no se

fue”, “nos pusimos a trabajar con Techo”. No es tampoco eso, entonces no tomemos, digamos, cada uno toma lo que más le conviene para su propio beneficio y no es así...

JG: Y bueno, y ¿conoces algún caso concreto en el que se realizó lobby en la ciudad?

MG: Te mencioné dos, Corporación Empresas Inmobiliarias, Techo ahora, ehh...

JG: El de los taxis...

MG: El de los taxis, el del diario La Capital. Tenés en dos ejemplos de dos clientes míos, es gestión de intereses, típica.

Ampliación de la entrevista el día 13 de septiembre de 2016 a las 18:45 hs.

JG: ¿Cree que el sector político está preparado para manejar las presiones que recibe?

MG: Por supuesto que sí. Y si no deben prepararse... el que no pueda manejarlas, no puede estar en esas posiciones.

JG: ¿Cree que es necesario concientizar a la sociedad con respecto a lo que es el lobby, lo que no es?

MG: Sí, claro, nos merecemos una ley que transparente las acciones y una buena comunicación a la sociedad para que se comprenda lo que se hace y gestiona.

JG: ¿Por qué cree que un ciudadano o una ONG tienen derecho a acceder o influir en el poder político para dar a conocer su interés, pero en cambio si lo hace una empresa está mal visto?

MG: Las empresas tienen un fin económico y entonces eso hace que su influencia tienda al bienestar de la empresa y por eso estén mal vista estas acciones, una ONG también puede influir en beneficio propio, pero tienen una reputación en la sociedad que no las hace partícipe de manipulación... pero...

Anexo 2

Entrevista a Miguel Ángel Zamarini, ex Presidente del Concejo Municipal de Rosario, el día 8 de abril de 2016 a las 10:15 hs.

JG: Bueno... partiendo de la noción de que el lobby puede ser definido como una herramienta de comunicación o persuasión para influir directa o indirectamente en las decisiones de los poderes públicos, siempre y cuando no perjudique al bien común, ¿qué opinión tiene usted al respecto de esta actividad?

MAZ: Bueno... es indispensable aclarar algo que quizás ustedes ya lo tengan esto observado... que el lobby siempre se piensa en la sociedad que es algo para conseguir cosas que no están del todo bien, digo, hay una creencia... por supuesto que es para obtener respuesta a iniciativas que tienen que ver con intereses, siempre es así, esos intereses pueden ser inclusive de carácter económico, pero pueden no serlo... y hay innumerable cantidad de ejemplos en nuestra sociedad que nos demuestran de que estos lobby tienen que ver con la satisfacción de demandas, el alcance de logros, objetivos, que tienden a mejorar las condiciones de vida de las personas que están involucradas o de un segmento de la sociedad, por lo tanto sintetizo diciendo... el lobby si se lo vincula a una gestión de intereses frente al sector público, con lo que esto significa la administración de los recursos públicos, etc., etc., la toma de decisiones que tienen que ver con el interés ciudadano, que comprometen el presente y futuro del ciudadano, digo que está muy bien, sería a mi consideración muy positivo que la ciudadanía y las instituciones que la representan, que habitualmente se dice Instituciones de la Sociedad Civil, hicieran esto todo el tiempo, de manera no solamente de encontrar respuesta a su requerimiento sino controlar el accionar y el ejercicio de lo público.

JG: Claro, o sea siempre y cuando usted dice, no perjudique lo que sea el bien de la ciudadanía y no represente sólo intereses privados...

MAZ: Siempre tiene que estar el interés general por encima del particular, el particular muchas veces tiende a empatar o también superarse, a veces a priori se piensa así, el interés general... entonces ahí es donde tiene que intervenir el que tiene la responsabilidad pública, puede ser un Legislador, puede ser un integrante del Departamento Ejecutivo. Cuando hablamos del Departamento Ejecutivo en la ciudad de Rosario, hablamos de la Intendencia, es una sola figura que es la Intendenta en este caso, pero le delega a los integrantes del Departamento Ejecutivo que forman parte de su Gabinete (Secretario, Secretaria, etc.), esa toma de decisión, después se puede manifestar un decreto, pero no puede avanzar sobre las disposiciones de carácter general, entonces ¿cómo lo hace?, si se lo manda al Legislativo y le dice analice esto como mensaje, es un mensaje del Departamento Ejecutivo, por supuesto que para serlo tiene que estar sí o sí la firma de la figura principal que es la Intendencia y le dice considere esta petición y vea si la comparte o no. Lo más conveniente siempre es que el Legislativo le devuelva el expediente con una solicitud, no para rechazarlo, que le devuelva para requerirle que amplíe sobretodo información técnica, para que el que tiene la facultad, que es el Legislativo porque se la confiere la Ley de Municipios y

Comunas, tome la decisión... pero eso es muy transparente, si eso se hiciera todo el tiempo antes de tomar una decisión y transformarlo en una ordenanza o un decreto de autorización al Departamento Ejecutivo, ¿no?, porque la ordenanza nos regula, nos rige, es una especie de regla que rige para toda la ciudad, en cambio el decreto puede ser una autorización, una limitación de las facultades que tiene el Departamento Ejecutivo. Si se hace de ese modo es muy conveniente.

JG: Claro, por lo general siempre el lobby igual se asocia al Poder Legislativo más que al Poder Ejecutivo...

MAZ: No tanto en la práctica...yo digo para la resolución...

JG: Para la resolución...

MAZ: Pero...sobre todo el sector privado... pero no hablemos particular, no particularicemos. En general la sociedad, privados y las organizaciones no gubernamentales, se dirigen hacia la persona más encumbrada...

JG: Claro

MAZ: y tiene fácil llegada... porque está en la ciudad. Ahora el Gobernador también al tener una delegación permanente en la ciudad, también ocurre que sus Ministros se ubiquen y eso ha mejorado en los últimos años. Se ubica en la ciudad y también hay mucho de esto...

JG: Hay alcance...

MAZ: Si, si

JG: Bueno, ¿existe algún procedimiento, regulado o no, que se lleve a cabo en el Concejo para recibir inquietudes representativas de sectores privados?

MAZ: Mira... yo estaba repasando algunos títulos, porque antes de responder esas preguntas...algunos conceptos. Si vinculamos el lobby a gestión de intereses y no a tráfico de influencias que es otra cosa, llegamos al funcionario para conseguir más rápido una cosa. El funcionario hoy, los mecanismos que tiene montado el Concejo Municipal y previstos, puede hablar con alguien para despertar el interés, pero no puede hacer otra cosa, porque definitivamente la decisión la toma el Cuerpo Colegiado, que en este caso es el Concejo. Entonces repito, si vinculo a lobby a gestión de intereses, yo puedo decir que esto puede ser una actividad que la hace por sí o en representación de los ciudadanos, todo muy válido. Entonces puede tener fin o no de lucro, lo dijimos antes...y también dijimos influenciar en el ejercicio de las funciones o toma de decisiones, eso está muy bueno, porque en el año 1985 (mil novecientos ochenta y cinco) (es parte de la respuesta), las organizaciones que trabajaban, no gubernamentales,

en la prevención, pero fundamentalmente atención y contención de aquellas personas, en general niños, estamos hablando de 30 (treinta) años atrás, eran seguro niños, que tuvieran algún grado de discapacidad... se organizaron y luego ya en democracia en Argentina, porque habían transcurrido apenas un año y medio porque no estábamos todavía en diciembre del '85 (ochenta y cinco) para considerar dos años, y se trabajó en la creación de una ordenanza para la protección de las personas con discapacidad y eso afectó fondos del gobierno municipal para atender ese tipo de reclamos. Eso es un lobby, eso es una gestión de un interés aquí que está con suma jerarquía, pero a veces no se lo ve así con esa jerarquía y gestionaron... ¿qué lograron? que el Concejo estudiara, analizara una ordenanza, presentaron, por lo tanto es una influencia notable en el poder político, influenciaron presentando ante proyecto de ordenanza, se le fue dando forma y salió lo que se llama la Ordenanza Madre ¿por qué?, porque después se modificó muchas veces en favor de estas personas. Ese es un clarísimo ejemplo para tener en cuenta. La pregunta si tiene los mecanismos, sí en el reglamento. La Comisión de Trabajo del Concejo Municipal, a mi manera de ver porque así lo vi funcionar, es un acceso público y libre a todas las personas y a todas las organizaciones para llegar a través de un expediente o a través de un requerimiento o la ampliación de alguna iniciativa de algún concejal o que la tomara el Departamento Ejecutivo Municipal y se la hubiera enviado al Concejo, y el ciudadano va al Concejo a la Comisión respectiva a ver de qué se trata y que se le escuche su opinión. Eso está planteado en el reglamento interno del Concejo Municipal y, salvo que la Ley de Municipios solamente habla de derechos y obligaciones de los Concejales y no habla de los ciudadanos, habla muy en general, pero en sí en el reglamento interno tiene previsto el acceso a las comisiones. Eso es muy abierto, es muy democrático, no así en las sesiones. Las sesiones se las puede observar pero no se puede tomar parte, entonces hay que hacerlo en la Comisión antes de que el Concejo ingrese a lo que se llama el Recinto de Sesiones. Y otro gran ejemplo es la Audiencia Pública que está regulado por una ordenanza, o sea que ahí establece obligaciones de todas las partes. El que se va a presentar como la parte interesada, si es iniciativa del Concejo o si es de la Intendencia Municipal, por ejemplo vamos a someter el caso de las ciclo vías o de los carriles exclusivos para el servicio público a consideración del Concejo, pero antes vamos a hacer una audiencia. La puede llamar el propio Departamento Ejecutivo, convocando también al Concejo por ejemplo en los Centros Municipales de Distritos, o lo puede hacer el Concejo Municipal. No es vinculante, eso quiere decir que no va a ser determinante su resultado para la toma de

decisiones. Para eso el Concejo ya tiene otros mecanismos que es la sesión propiamente, pero sí ayuda a no solamente regular sino garantizar el acceso ciudadano a ese debate.

JG: Claro, y siendo que el lobby no está regulado en nuestro país, ¿qué canales cree que utiliza una empresa para poder comunicarse o influir en el poder político?

MAZ: Bueno las empresas, porque estamos hablando de muchos ejemplos que tienen que ver con organizaciones no gubernamentales, esto es lo que trasciende de lo que estoy diciendo...las empresas tienen también exactamente los mismos mecanismos. Por ejemplo vamos a hablar del Código Urbano, es una ordenanza importantísima donde dice qué se puede, qué no se puede y de qué manera y eso muchas veces trajo consecuencias tremendas para la ciudad, como por ejemplo el uso del suelo. Se fue regulando con el tiempo, en mi apreciación un tanto tarde en algunos casos, pero finalmente el Código Urbano y el nuevo Reglamento de Edificación son normativas que están establecidas, donde una empresa va y dice en la Secretaría de Planeamiento y Urbanismo que es la que le compete estas intervenciones, quiero construir un edificio sobre tal calle y el Código Urbano no permite para el área tantos metros cuadrados, tal altura o tales características, como por ejemplo el retiro obligatorio como Servidumbre de Jardín, etc., etc., y entonces ¿qué se puede hacer?, ese “qué se puede hacer” tiene que ser, y ahí está la clave en el ejercicio, manifestado de forma clara y transparente. El funcionario que está del otro lado, que puede ser de primer rango o cuarta línea de decisión, la línea no es peyorativo es de decisión...ese primera línea que puede ser la propia Secretaria o Secretario Municipal o Subsecretario, Director de Área, etc., etc., o simplemente una Dirección que dice “mire señor usted sabe que ahora rige esta ordenanza que no le permite tal o cual cosa” ¿qué se puede hacer?, bueno... el único Órgano de la ciudad que puede modificar esto, si lo considerara conveniente o no, es el Concejo Municipal. ¿Qué debo hacer? ir allá a preguntar a los concejales. ¿Qué hace el Concejo habitualmente? “venga aquí con un informe del Ejecutivo o presente allá en el Ejecutivo y que mande luego acá”, porque la iniciativa del sector privado a partir de un concejal es muy, muy excepcional, yo te diría que no hay caso, salvo que algunos se pusieran de acuerdo y dice “bueno por este caso, vamos a ver...”. Por ejemplo, un emprendimiento laboral que afecta a una familia al frente de ese emprendimiento laboral, alquila un local que está a menos de 100 (cien) metros de un servicio fúnebre y ese local tiene por ejemplo manifestaciones culturales, musicales y los vecinos pueden denunciarlo y eso es la clausura, pero primero ¿por qué se habilitó?, no deberíamos llegar a la clausura porque nunca podría ser habilitado. Ese es un caso muy particular,

que dice “bueno pero acá sería importante para la cultura de la ciudad, es un acto bien manifiesto que habría que contribuir, ¿a cuántos metros en realidad está ese servicio fúnebre? Bueno... está a 90 (noventa), no está a 20 (veinte)”. Y esas consideraciones hacen que esa gestión de intereses en favor de ese emprendimiento quede claramente manifestada. Se le pide una opinión técnica siempre al Departamento Ejecutivo porque es el único que puede dar en nuestro municipio, y también ocurre en el gobierno de la provincia, las opiniones técnicas son los ejecutivos que tienen áreas al efecto. Los legislativos no hacen interpretaciones, una vez que la ordenanza está aprobada nos tenemos que encuadrar y si nos vamos a apartar tenemos que tener los fundamentos más que suficientes para hacerlo. Por ejemplo, todo lo que tenga que ver con el uso del suelo, que puede ser dentro del Área Central como puede ser fuera de las Avenidas, en un barrio determinado también rige el Código Urbano y allá también hay que encuadrarse dentro de él y no se puede hacer lo que le plazca, así fuera un club de fútbol, que esto ocurre muy a menudo, o puede ser un emprendimiento laboral.

JG: Claro, o sea que las empresas se comunican directamente con el Poder ejecutivo antes que con los concejales generalmente...

MAZ: Generalmente. Alguno pregunta cómo podría hacer para que se agilizara... te puedo contar un caso...

JG: Si, si por favor...

MAZ: Porque de esos en la ciudad... vamos a la Avenida de las Tres Vías Luis Cándido Carballo. Ese sector allá por 2005 (dos mil cinco), 2006 (dos mil seis) no tenía normativa, ¿por qué? porque existía una reserva para el uso del suelo que podían ser actividades portuarias, ferroviarias, eh... sí portuarias y ferroviarias porque todo lo que tenga que ver con el tráfico, desde cereales, etc., etc., pero fundamentalmente cerealeras, inclusive había algunos puertos que generaron una pérdida de más de una década de conflictos hasta que el Municipio, estamos hablando de la persona jurídica “Municipio” que gana esta cuestión y logra que los privados se retiraran y la actividad portuaria cesó. Pero había que cambiar también la normativa para ver qué se podía establecer. La Avenida de las Tres Vías Luis Cándido Carballo como, lo analizamos desde este punto de vista, una conexión estratégica entre el norte de la ciudad y el centro, requería una observación más minuciosa. Se hizo la traza, se abrió, quizás la traza estaba desde hacía muchas décadas atrás, pero se abrió la calle finalmente y se construyó el pavimento, etc., etc., pero bueno... aparecieron ahí una cantidad de intereses privados que vinieron a demandar autorización para poder ejercitarlo. Las

primeras tuvieron que ver con el rubro automotriz, servicio de venta y post venta de automóviles que se radicaron ahí. Ehhh... no solamente venta de autos y servicio del propio automóvil sino neumáticos y grandes empresas de la ciudad se radicaron ahí. Recuerdo Giorgi Automotores, Fleming y Martolio, y las estaciones de servicio ya estaban porque fueron anteriores a esta norma, ya estaban vaya a saber con qué permisos lograron instalarse mucho tiempo atrás. Pero a partir de esta norma, que se escribió al efecto, entre el Departamento Ejecutivo, áreas técnicas y se lo manda al Legislativo para que lo apruebe. Por esa razón, esas empresas pudieron instalarse allí en el 2006 (dos mil seis), 2007 (dos mil siete). Todo lo que ocurrió después ya tiene la normativa, pero fue necesario sentarse a hacerlo. Fue un lobby totalmente, fue ¿ante quienes? ante los dos Poderes del Estado Municipal, Ejecutivo y Legislativo. ¿Fue transparente? Absolutamente, porque la reunión de la Comisión de Planeamiento está integrada actualmente por 7 (siete) integrantes, más todos sus colaboradores, más todos los que quieran ir... todos saben lo que se está tratando, más los medios de comunicación. Siempre hay problemas cuando no interviene el Concejo, es al revés de lo que se piensa...

JG: Claro, tiene que intervenir el Concejo para que sea transparente...

MAZ: Y sí, pero ha habido algunos casos sobre todo muy conocido, la construcción de un hotel sobre Boulevard Avellaneda, que no solamente construyó más pisos de los que tenía autorizados sino que se excedió en la superficie a construir. Todo por fuera de la reglamentación, no había pasado por el Concejo...

JG: Claro, o sea que es al revés de lo que la sociedad piensa, porque cuando interviene el Concejo transparenta lo que es la actividad...

MAZ: Sí, porque se confunde la posición política o la manifestación simplemente discursiva frente a la ciudadanía con el tratamiento público de un expediente. Yo digo, yo no puedo decir “el ciento por ciento de los concejales tienen una aureola de angelito”, no puedo decir eso ni me corresponde. Pero digo, están todos los mecanismos para garantizar ese acto de transparencia. Otro gran ejemplo fueron todas esas grandes empresas que se instalaron en Puerto Norte, como Ciudad Ribera, Forum y otra Servicios Portuarios que construyeron y siguen construyendo, porque la clave es darle otro uso al suelo, autorizar. Y también está el caso de que el Concejo autorizó pero con muchos votos negativos el cambio de uso, por ejemplo de las tierras del Puerto Rosario. El Puerto Rosario, después de la ley, de la nueva ley que determinó qué puntos de la ciudad estaban predeterminados para actividad portuaria y cuáles no. Entonces

determinó de Avenida Pellegrini al Sur, por eso la Costa Central frente al Monumento a la Bandera, “Parque Nacional a la Bandera”, no es más puerto. Pero eso no fue una cosa fácil, primero necesitamos la ley y luego las normativas locales que se le dé el nuevo uso, entonces ahí no puede haber de ningún modo esa actividad. Lo mismo ocurrió con Servicios Portuarios, allá donde la Avenida de La Costa, es antes de las Tres Vías, La Costa se hace más angostita porque Servicios Portuarios se amparó en la Justicia y entonces ahí lo que no se vio que la Justicia actuó en connivencia y en contra del interés general, porque afectó gravemente a los barrios Industrial y Refinería de la ciudad y al interés público, porque no solamente se seguía contaminando el sector sino además se impidió que una nueva conexión estratégica como lo es la Avenida de la Costa, pudiera completarse en su otra mano. Ahora ya se está avanzando en eso porque se ganó el juicio y Servicios Portuarios se retiró. A Servicios Portuarios se le autorizó sí, una intervención urbanística, no portuaria, y ahí también intervino el Concejo, pero en esas actividades hubo a veces voto a favor y negativo porque tiene que ver también con la compensación. Las ordenanzas prevén que las empresas que van a desarrollar un proyecto urbanístico le están agregando valor a la tierra y también al sector y va en su propio beneficio. ¿Cómo tiene que compensar a la ciudadanía? con obra pública o con tierra que se incorpore al Fondo de Tierra para emprendimientos sociales. Este debate no es menor, hace que muchas veces se diferencien los concejales de la Intendencia Municipal, a mí me ha tocado casos muchas veces similares de no estar compartiendo este avance de este sector privado en demasía sin las compensaciones correspondientes. Entonces no solamente estamos garantizando esa gestión de intereses sino también las características de la adquisición de esos derechos y cómo y de qué manera el público en general, la ciudad, se va a beneficiar. Otro ejemplo, el Puerto de la ciudad que veníamos diciendo, de Avenida Pellegrini hacia el Sur. Entonces si nosotros nos ubicamos para ser más precisos en Ayolas y el Río, vamos a observar que ahí está mayoritariamente toda la actividad portuaria, pero hay un sector de tierra privada que quedó dentro de lo que administra el Ente Portuario y ese sector privado fue en su oportunidad al Concejo a pedirle que le autorizara, el Concejo que tiene la facultad, un uso de tierra para colocar ahí una estación de servicio y otras actividades y en aquel momento el Concejo le archivó el pedido, se lo rechazó. Pero últimamente con anuencia de la Intendencia Municipal vino un pedido similar. Yo vote en contra de eso y hubo muchos votos en contra, porque considero que la actividad portuaria debe garantizarse como tal, jerarquizarse y promover su crecimiento en la ciudad, porque eso va en beneficio del

interés general. Por allí ese emprendimiento privado que no tiene que ver con la actividad portuaria, son servicios que se le van a brindar a otros ciudadanos pero no tienen que ver, se lo disfraza que tiene ver con la actividad portuaria pero bueno... hubo una mayoría y eso es transparente.

JG: Sí, porque se vota y...

MAZ: Se transparentó, se votó, dio lugar a posiciones y manifestaciones, pero bueno... salió. Eso se tiene que hacer cargo una vez que se votó. Pero son muchísimas formas de demostrarte que se puede garantizar en las Comisiones y luego va ir a la Sesión donde se va a votar. No hemos hablado todavía de las Audiencias...

JG: Claro

MAZ: No se si te interesa...

JG: Sí, sí me interesa lo que me cuente...

MAZ: Bueno, en la Audiencia hay que tener claro: la Audiencia Pública dijimos que está regulada por ordenanza y no es vinculante. Cuando está regulada por ordenanza tiene una serie de requisitos, entre ellos los más importantes: quién lo va a solicitar, debe ingresar un expediente con 30 (treinta) días de anticipación para que todas las partes tomen conocimiento y se preparen; qué va a solicitar, de manera que el eje de la Audiencia sea debidamente comunicado y qué funciones emmm... qué funciones este... no se que quise poner acá... (risas) pero interpreto que además de quién la solicita, qué la solicita, qué cosa solicita, qué va a suceder ahí para encontrar las respuestas, qué pretende la gente, hay que explicárselo debidamente. Lo fundamental, a mi manera de observar las cosas es que si esto tiene que ver como por ejemplo, no se pueden entregar, todavía no se puede no porque era hasta mayo, pero ya los supermercados no entregan más bolsitas de polietileno tipo camiseta. Eso se debatió en Audiencia Pública, porque había muchas organizaciones proteccionistas que manifestaban la prohibición total. Pero hace 12 (doce) años que lo vienen planteando, que vienen advirtiendo las condiciones climáticas, el cambio, etc., etc., etc., y no solamente con la bolsita sino con las emanaciones... por eso se ha avanzado mucho con el tema de la ubicación de las estaciones de servicio, la nafta, el combustible en general, cómo se lo va a destilar en las refinerías y cómo se lo va a comercializar, el octanaje, etc., etc. También las bolsitas de polietileno, que generan una dificultad, o al menos lo generaban en la opinión pública, o sea que vos corres ya con la opinión pública contra esta medida... “ehhh como no me lo va entregar”, entonces se dice “esto es ganancia para los supermercadistas, es un nuevo negocio de los supermercadistas”. Bueno depende, es un interés general convengamos,

ahora vayamos por parte: que sea progresivo, que se cree una conciencia, que la gente se dé cuenta que puede reemplazar la bolsita con otros elementos, que se puede ir al supermercado igual, que nadie ni nada lo impide, y se discutió en Audiencia Pública hasta que el Concejo votó finalmente una ordenanza donde determina un plazo, un tiempo progresivo para retirar. Los supermercados locales hicieron un lobby, pero un lobby propio, entre ellos, y tomaron la decisión y presionaron a los demás supermercados de que no se entregara más bolsita. Eso es lo que ahora está sucediendo y bueno, yo creo que el tema como tantos otros se va a superar. Ocurrió lo mismo con no fumar en las oficinas privadas, en las públicas perdón...en las públicas porque se empezó en las públicas, en los lugares de trabajo, en los lugares bares, restaurantes y ahora ya se discute también en las plazas, se está discutiendo si podemos hacerlo, basta que tengamos un conciudadano cerca nuestro y si le estamos generando un problema no podemos hacerlo, entonces ese debate fue maduro y también se debatió en las audiencias antes de hacerse ordenanza y generó respuestas muy duras de parte de los propietarios de restaurantes, bares, porque ellos trabajan con eso y son los propietarios que dijeron que estos concejales estaban totalmente locos, que les iban a hacer cerrar sus puertas. Los carriles exclusivos lo mismo, que estaba muy mal eso...es un caos la ciudad, pero indudablemente que el carril exclusivo hace funcionar mejor las cosas y la bicisenda democratiza mucho más el uso de lo público. Por supuesto que hay una serie de problemas, complejidades, pero lo que tenemos que concluir es que el auto hay que dejarlo fuera del área central, manejarse con transporte público y si el transporte anda mal, reclamemos que ande mejor. Si la tarifa es cara o quiere aumentar siempre, reclamemos en Audiencias Públicas o en las Comisiones que no aumente, o por lo menos lo haga y si lo hace que sea decoroso para la gente, o por lo menos fije una igualdad de oportunidades porque vos no podes de ningún modo... el transporte es público y es lo que nivela todas las clases sociales, no se puede hacer “usted va a pagar una tarifa, usted pagará otra”, de ningún modo. Es público y el Estado debe garantizarlo, por eso yo pienso que debe subsidiarlo para que la tarifa no sea tan elevada. Eso también es interés ciudadano, eso es un lobby, eso es una gestión de intereses y eso también se transforma en una presión, porque grupo de presión está íntimamente vinculado a gestión de interés y lobby. No hay que asustarse, el problema es cómo se hace la presión, si la presión se hace con los bienes públicos no está bien eso...eso es un delito, prender fuego, quemar bienes, eso es un delito, agredir personas, agredir políticos parece que para algunos eso está bien (risas) pero el problema es que además

(risas) digo eso no está para nada bien...pero es que también se agrede a personas que están cumpliendo su función. Presionar quiere decir ejercer el punto de vista, el posicionamiento.

JG: Claro, posicionarse...

MAZ: Así es, y manifestar claramente su interés.

JG: Manifestar sus intereses...

MAZ: “Yo soy de la organización proteccionista de Medio Ambiente, soy de la de Discapacitados, soy del Autismo, soy de Miastenia Gravis”, porque siempre se está pensando solamente en el edificio que se va a construir o la calle que me genera problemas. Todo esto hace a un legítimo... a una legítima gestión en los organismos que tiene la democracia, que son el Ejecutivo y este... el Legislativo, y yo le agregaría el Judicial, para el caso de los municipios el Tribunal de Faltas, que está muy bien que sea independiente de la dirección de tránsito, pero está muy bien también que el Tribunal de Faltas le dé al ciudadano todas las herramientas para que pueda hacer su descargo, porque muchas veces el Ejecutivo a través de sus áreas de inspección, ¿no?, contralor y también la que hace el acta por ejemplo de verificación de la infracción de tránsito, lo hace autoritariamente y abusivamente. Entonces el ciudadano, porque no siempre el ciudadano hace todas las cosas mal...entonces tiene que tener el derecho de ir al Tribunal de Faltas y ahí todavía como en la Justicia, ¿eh?, lo digo en la ciudadanía, la sociedad en su conjunto, todavía le falta mucho. Llegar, y lo digo en forma contundente, llegar a la Justicia de los Tribunales Federales, Provinciales y a un Tribunal de Faltas del municipio es mucho más engorroso y le genera no solamente dolores de cabeza sino gastos al ciudadano en su conjunto como a una institución, que llegar al poder político que no le genera ningún gasto y lo puede hacer absolutamente en forma libre al menos en el ámbito donde yo me he desenvuelto. Yo siempre he trabajado como Presidente del Concejo para garantizar esas cuestiones por encima de cualquier otra. Si había una computadora menos o una puerta que no cerraba bien o algún problema de esos o presupuesto que no estaba ajustado a lo que necesitaba, bueno, “mire esas cosas se pueden resolver”, o un techo que se llueve, “mire son pavaditas que se arreglan”, pero garantizarle al ciudadano este derecho es fundamentalísimo y nosotros, no se no hablo ahora ni a favor ni en contra, no me corresponde, pero nosotros hemos cambiado mucho ese Concejo de manera de que hemos hecho modificaciones al reglamento, hemos instaurado la Audiencia Pública en los últimos años detrás de una ordenanza, y después están las Jornadas de Debate también, que lo puede promover un

ciudadano o una institución. No es audiencia, no es discusión de un expediente determinado que se puede hacer decreto u ordenanza porque ese expediente después sigue, sigue, sigue el procedimiento, pero es un debate. Un debate que para instalar un tema la jornada se hace abierta.

JG: Y cualquiera puede iniciar eso...

MAZ: Sí, si el Concejo en general le autoriza...

JG: Claro, tiene que estar autorizado.

MAZ: Por ejemplo, los chicos de estos días de Ciudad Futura que quisieron meter el debate de la expropiación, son concejales ahora, de unas tierras del Distrito Noroeste. Bueno, ellos vienen hace tiempo generando debate, ahora son concejales, no es lo mismo cuando uno lo es que no lo es...

JG: Claro

MAZ: Las responsabilidades son muy distintas, porque uno tiene que apegarse, encuadrarse a lo que dice la Ley de Municipio, porque ya tus obligaciones han cambiado mucho...

JG: Y las Audiencias Públicas ¿quiénes, cualquiera puede también solicitarlas?

MAZ: Sí, cualquiera.

JG: Desde una persona...

MAZ: Tiene que ingresar un expediente por la mesa de entrada con 30 (treinta) días de anticipación...

JG: Claro, lo que dijiste anteriormente.

MAZ: Tiene que fijar claramente quién es, por qué lo hace...

JG: Y ahí se evalúa...

MAZ: Qué causa o qué punto solicita ¿eh?

JG: Listo. Y siendo que...

MAZ: Y hay que explicarle del otro lado a esa persona con la ordenanza, por sí no la conoce, todo los detalles de cómo funciona para que no se confunda...

JG: Claro

MAZ: Que no busque un resultado y se encuentre con otro, tiene que estar debidamente infundada. De hecho que todos los expedientes del Concejo Municipal se pueden ver en la red, se ingresa a internet en la página del Concejo y se busca el expediente determinado cuál es su situación, si está radicado en la Comisión tal o en varias, porque a veces un expediente puede ir a más de una, puede ir a Planeamiento, Gobierno y Ecología, porque se entiende que ese emprendimiento que requiere la intervención de

Gobierno, no solamente de la normativa de Planeamiento, sino que además hay que ver el interés general medio ambiental, entonces hay que darle una intervención a Ecología. Ecología puede decir “no es suficiente la opinión de los concejales”, entonces llama a algo que hasta ahora no te he mencionado, a los Órganos Consultivos, que en el Concejo existen, que son Concejos Asesores, creado por... no por ordenanza, sino decretos que han modificado el reglamento, y se le da entidad. Entonces el Concejo Asesor de Ecología para la toma de decisión de los concejales, le dan participación a estas personas, a estos ciudadanos. En las películas se ve, porque ahora el Juicio Oral y Público esto está funcionando, pero las películas norteamericanas que ellos siempre están por encima de todo el mundo y son distintos y mejores, te digo como se juzga al peor de los criminales, se lo juzga muy bien porque está la gente ahí en el jurado, ¿cómo se le llama a eso? no sé si es jurado...no es jurado (risas)... ese lugar... ese sitio... bueno no, no sé...pero también en el Concejo.

JG: ¿A los fiscales?, ¿a los que están ahí usted dice?

MAZ: No, no, son parte de un jurado...son los que van a tomar y hacer el veredicto...

JG: Ahh si...

MAZ: Y se lo van a elevar al juez. Una vez que se escuchó al fiscal, a los defensores, estas personas tienen intervención, se reúnen, bueno... eso que se ve en las películas...

JG: En las películas...

MAZ: En la realidad acá nosotros no lo vemos todavía. En el Concejo existe algo así con los concejales y este Concejo Asesor, existe en la Comisión de Ecología, existe en la de Derechos Humanos y existe en la Seguridad Comunitaria. Hay una Comisión de Seguridad y Convivencia Ciudadana en el Concejo, ¿para qué? para que los ciudadanos vayan a canalizar todos sus problemas, inquietudes, que alguien lo escuche, lo represente y lo acompañe ante la Justicia. Fíjate vos que eso ocurre a menudo, que concejales o comisiones de concejales acompañen a ciudadanos, a entidades ante los tribunales para respaldarlos y asesorarlos y orientarlos. El caso de estas víctimas de las... de tránsito, que son víctimas de la violencia del tránsito que han ocurrido y mamás y vecinos que se manifiestan, van a los tribunales y le piden al Poder Político que actúe su influencia ante la Justicia, entonces aquí tenemos toda una cadena, actúan como grupo de presión en función de sus intereses ante el Legislativo para que haga valer su influencia, su condición, su rango ante la Justicia, no tiene facultad para imponerle pero sí le puede pedir por la metodología que está establecida, ¿no?, y respetando la embestidura de los jueces que haga lugar. Bueno, esto es a menudo, entonces a mi me

parece muy importante esa tarea que ya le estamos agregando mediación del Concejo Municipal.

JG: Claro

MAZ: Se discute esto, los abogados dicen que la mediación es inherente a su profesión y no así la de los contadores, pero en la realidad no se muestra esto. Los contadores, sobre todo los que son Licenciados en Administración de Empresas o Economía, no recuerdo bien hoy las carreras como son exactamente porque tenemos Licenciados en Ciencias Económicas y tenemos de Administración de Empresas, también en las privadas. La gestión del conflicto que se genera entre partes es una de las carreras hoy optativas dentro de estas Facultades, porque se han dado cuenta que los profesionales que logran títulos en esas casas de altos estudios necesitan luego tener una formación adecuada, y a mí me ha tocado como Presidente del Concejo dar mi opinión del Poder Político para estos estudiantes. O sea estamos reconociendo que hay una realidad que avanza sobre las normativas vigentes, sobre reglas fijas que se han puesto un tanto vetustas, entonces hay que aggiornar y está muy bien, está muy bien cuando es el interés general por encima de los particulares que los políticos, el ámbito político, permita que el sector público y privado influencie en su trabajo para lograr mejores cosas...

JG: Y siendo que el lobby no está regulado y se realiza por lo que usted me cuenta, ¿por qué no se transparenta la actividad?

MAZ: Yo creo que está transparente, no se la conoce tan bien...

JG: Pero ¿por qué no existe... y por qué no existe una reglamentación que avale?

MAZ: No pero hay una ordenanza para la Audiencia, hay en el reglamento del Concejo Municipal cómo se participa de las Comisiones...

JG: Claro

MAZ: Y luego cómo se van a aprobar. Están los Órganos Consultivos. Ah y me olvide, porque te dije Medio Ambiente, te dije Derechos Humanos y te dije Seguridad y Convivencia Comunitaria, me olvidaba en el Fondo de Tierras hay un Órgano Consultivo que está integrado por funcionarios del Ejecutivo, los Colegios Profesionales tanto de arquitectos como de ingenieros, y los concejales, están representados, no van todos sino una representación. En ese Concejo Ejecutivo, ¿qué hacen?, antes de tomar una decisión sobre la marcha y futuro de desarrollo de un sector determinado se escuchan opiniones, y el Fondo de Tierras como se conforma también. ¿De dónde sale la tierra pública para el fin social?, hay Fondo de Tierras, se está engrosando, tenemos disponibilidad, de repente el Gobierno de la Nación dice “le vamos a dar a Rosario...”

fruto de su lobby y de su gestión de intereses como ciudad frente al Poder Ejecutivo Nacional con la ayuda de la ciudadanía, de las Cámaras de Comercio, Bolsa de Comercio e importantes Medios de Comunicación, más Legisladores, van al Poder Ejecutivo Nacional y le dice “deme subsidio para el transporte, deme dinero, deme un programa de hábitat para los ciudadanos”, eso es lobby también y está muy bien si es absolutamente transparente. Después también se duda de eso, que eso es un compromiso político... bueno todo eso queda en las conjeturas. Pero te demuestro también, que en el ámbito de la normativa que tiene que ver con el uso del suelo, que hoy es fundamentalísimo por lo que agrega valor, por lo que se denomina Plusvalía, y que eso no es menor porque a veces se esconde una rentabilidad desmedida del sector privado y el público lo tiene que advertir, el sector público tiene que advertir y dice “pero usted va ganar esto y lo otro y aquello” y tiene que hacer los cálculos, porque hay una ecuación que está prevista por ordenanzas y tiene que verse luego de la aplicación de esa ecuación cuál va a ser la rentabilidad, entonces dice “bueno mire, que le parece si nosotros le pedimos a cambio que ustedes pavimenten tales calles o una colectora de una Avenida porque su emprendimiento va a estar ahí”, ¿te das cuenta?, o una plaza importante de la ciudad que construyan. Yo tengo un ejemplo claro que está vinculado a las Tres Vías y Avellaneda, de una empresa que tuvo que hacer un Polideportivo en el barrio 7 (siete) de Septiembre como contraprestación. La empresa se desarrolló, pudo construir y dice “pero, ¿por qué si le asiste el Derecho Privado?”, “sí, pero está el Público”.

JG: Claro

MAZ: Y ahí no podía desarrollar esa actividad, la actividad quizás sí, pero no construir lo que hizo finalmente si no tenía un encuadramiento porque hay una ordenanza que está, que es de interés general, entonces solamente las modificaciones y autorizaciones que se llaman habitualmente “excepciones”. En los retiros obligatorios por Servidumbre de Jardín se ve mucho esto, que si en toda la cuadra ya está toda consolidada y no hay retiro para Servidumbre de Jardín, entonces ¿por qué se lo vamos a exigir?, le estamos generando un problema económico. Tiene que ver también con la instalación de ascensores, si va uno, si va dos, hoy hay ordenanzas que han avanzado mucho eso, “mire aquí ya con un ascensor ya no va, acá le estamos pidiendo 3 (tres) porque tenemos en cuenta no solamente la altura sino la superficie construida”, entonces usted tiene que garantizarle mayor seguridad, accesibilidad a los futuros habitantes y eso es privado, pero vos tenés que garantizar desde lo público todo y eso está hoy garantizado.

Siempre se va a hablar de que hay cosas raras, pero porque no han hecho este camino y después van a tener gravísimas consecuencias, ¿cuál?, nunca el Municipio le va a dar el final de obra y ahí vienen los problemas, gravísimos. Acá hubo urbanizaciones que tenía todo el mundo su casa, todo construido, todo bárbaro pero no podían tener escritura...

JG: Claro

MAZ: Y los propietarios habían hecho todo como correspondía y en buena fe pero tenían un boleto de compraventa y pasaron 30 (treinta) años así, es un emprendimiento privado muy consolidado en el Noroeste de la ciudad que fue a manifestarle al Concejo “nosotros no tenemos la culpa de que nos vendieron las cosas así”, por supuesto que el emprendimiento privado hizo todo muy mal, no actuó de buena fe, no le dijo claramente las cosas, dice “no, nosotros tenemos influencia con algunos concejales después resolvemos todo”, pasaron 30 (treinta) años...Y ahora para eso hubo que modificar la ordenanza, en realidad no modificamos la ordenanza, se le hizo una excepción a través de un decreto para que los habitantes, ciudadanos con todos los derechos constitucionales asistidos, puedan tener su escritura porque lo habían pagado ese inmueble por muchísimo y el Concejo lo resolvió. Bueno, le aplicó sanciones al emprendimiento que se dejan establecidas, que en general son económicas.

JG: Claro, y ¿no cree que deberían informarle a la comunidad o contarles de qué trata la actividad del lobby para que no se hagan falsas apreciaciones?

MAZ: Siempre se van a hacer porque sobre el funcionamiento del Concejo siempre va a haber... qué gasta, qué no gasta, qué hace, qué no lo hace, que por qué lo hicieron, lo hacen periodistas que reciben suculentas pautas publicitarias de los ámbitos públicos y después hacen estas consideraciones.

Lamentablemente si esto está, hoy es acceso público, está en internet todo el tiempo, lo puedes hacer la consulta ya no personalmente o telefónicamente sino lo puedes hacer a través por mail, por facebook, hay muchos mecanismos, te puedes comunicar directamente con concejales, porque todos los concejales ponen en redes...

JG: Sí es fácil el acceso

MAZ: Totalmente, y entonces vos le puedes decir: “me puede decir usted qué hago frente a esta situación”, puede ser que tenga que ver con el Concejo o no, porque a veces dice “yo hice un trámite en la Dirección Provincial...”. Me tocó a mí, una persona que tiene una hija discapacitada y tiene 4 (cuatro) chicos más y su esposo falleció, imagínate, todo el cuadro como para que vos le prestes atención y digas le tengo que contestar. Dice “porque yo ante la Dirección Provincial de Vivienda presenté un expediente hace 5

(cinco) años, nunca me lo contestaron, no me dieron la casa, no me citaron”. “¿Qué podemos hacer señora y la Dirección Provincial de Vivienda?, ¿consta usted de este expediente?, ¿tuvo alguna respuesta alguna vez?”. Vos tenés que hacer eso, mediando entre esas partes, porque vos tenés acceso y ese ciudadano no lo tiene, y ahí es donde sirven los Poderes del Estado, hay que utilizarlos bien. Todo lo demás que está en las Comisiones que se puede ir al Concejo, cada vez más gente se da cuenta de eso.

JG: Claro, pero parecería como que la comunidad tiene derecho o las personas o las organizaciones no gubernamentales a reunirse con concejales y demandar o tratar de influir en las decisiones, pero si una empresa se reúne eso es lo que está mal visto...

MAZ: Bueno, pero las empresas son las que aportan al desarrollo económico, entonces dan empleo, también hay que atenderlas, pagan impuestos...

JG: Claro, sería lo mismo

MAZ: Y sí, para mí es lo mismo, no hay que decir “ah no, no, acá no porque los privados...”, no, de ninguna manera. El sector privado también hay que atenderlo, porque esto tiene que ver como por ejemplo la radicación de empresas para lo que se denomina el Polo Tecnológico o el Sector Industrial, Área Industrial. Rosario se ha quedado poco con esto. Yo estoy asumiendo todo, he sido Concejal, he sido Presidente, he acertado, he discutido, he disentido. Me ha costado mucho eso, yo me allané, me ha traído dificultades. Yo nunca, y esto te lo digo también de forma contundente, el poder político frente al lobby y la gestión de intereses no debe hacer prevalecer su interés político por encima del interés general ciudadano. Si a mí me mueve el acuerdo todavía inconcluso con algún sector político para garantizar la renovación de mi banca, yo ya no la tengo más pero hago un supuesto, yo ahí no estoy cumpliendo con mis obligaciones, no estoy garantizando la cadena de procedimiento. No le garantizo ni al privado ni al público nada de eso porque ¿qué hago?, no lo atiendo, le digo una cosa distinta a lo que es, yo tengo que promover que venga. A mí me tocó intervenir en un caso muy fuerte que fue Ciudad Ribera, donde un señor me llama por teléfono y se acredita como Gerente General del emprendimiento o Director, Director General porque Gerente es otro, y me dice “¿cómo puedo hacer señor Zamarini, usted es una persona importante, usted es el Presidente del Concejo, dígame cómo puedo hacer yo para que mi tema se trate pronto en el Concejo?” – MAZ: “Pero, ¿está en el Concejo?”- DG: “Bueno, bueno...” – MAZ: “Bueno, pero usted primero me tiene que decir porque yo no puedo saberlo, hay miles expedientes, ¿está seguro en el Concejo o todavía está en el Departamento Ejecutivo?, ahí no se lo puedo decir, bueno usted dígame eso, si me

puede aportar el expediente cuál es yo lo encuentro enseguida, entonces usted dígame cómo quiere que hagamos”. –DG: “Bueno dígame usted” –MAZ: “Venga a la reunión donde todos escuchen lo que usted quiera decir, si usted me habla en particular o con cada uno de los concejales, yo no le puedo garantizar que el Concejo como Institución pueda actuar como le corresponde, ¿me entiende?”.

JG: Claro hay que seguir los procedimientos...

MAZ: Claro, si el lobby es con los mecanismos que están regulados, normatizados, estamos bien. En lo público vos puedes tener una charla, pero no tiene que ser vinculante al tema. Por ejemplo que falte un voto, es bueno que lo sepamos todos, 3 (tres) a 3 (tres), son 7 (siete), falta un voto. Hubo un caso recientemente... ¡ah! esto de las bolsitas de polietileno que generó a las empresas que fabrican la bolsita un punto de vista, a los trabajadores que están aglutinados en los sindicatos, trabajadores de esas empresas un punto de vista, a los supermercadistas otro y al usuario otro, 4 (cuatro) actores. Intervino el Concejo y después de 12 (doce) años de debate, mira si cambió de veces el Concejo, faltaba un dictamen de Comisión, se hizo el dictamen porque uno de los concejales votó a favor del dictamen y entonces salió, y todos los que no estaban de acuerdo dijeron “bueno pero esto es legítimo”, y ahí fue al Recinto, se debatió, se discutió, se dijeron cosas, finalmente se aprobó, pero eso es muy legítimo y eso está encuadrado dentro de las normas vigentes. Es una prueba muy clara y contundente.

JG: Usted antes hablaba de lo que es el grupo de presión, ¿cree que el poder político está preparado como para poder manejar las presiones?

MAZ: Mirá... la política sí, tiene que estar preparada, no ser permeable, una cosa es ser flexible en la lectura que se haga de lo que está aconteciendo, dice “no pero no podemos, porque acá no se puede, porque acá hay normas, hay ordenanzas”, bueno pero hacemos una lectura de lo social por ejemplo y eso no es menor. Entonces el grupo de presión que puede ser un sindicato, puede ser una cámara que aglutina por ejemplo estaciones de servicio, los supermercadistas que hicieron lobby y presionaron fuerte a los concejales para que se sacara una norma sobre la cantidad de metros cuadrados para habilitar un comercio, porque eso se hizo en función de preservar, es materia discutible porque ya viene todo lo que está, el derecho al trabajo que está garantizado en la Constitución, pero bueno ahí están las autonomías municipales... es materia discutible... sobre todo en lo judicial es materia discutible. Pero en definitiva se le dio lugar a la Cámara de Supermercados y Centro Union de Almaceneros, autoservicio, etc., para que fueran a discutir en la década del noventa para que no se erradicaran más

canales de comercialización de las grandes cadenas multinacionales. Entonces los locales y los multinacionales tenían que tener tanta cantidad de boca ajustada a tantos metros cuadrados. Eso fue de tal naturaleza que llegó a ser una ley también, o sea que después fueron a la Cámara de Diputados y lograron lo mismo; y para el descanso dominical también, se aggiornó a un debate donde participaron delegados gremiales, empresas, el Sindicato del Plástico, no, ahora me fui a otra cosa... el Sindicato de Comercio y bueno salió lo que salió, salió acotado lo del descanso dominical pero para superficie de 1200 (mil doscientos) metros cuadrados el domingo va a estar cerrado, eso todavía no se reglamentó porque siempre sabemos que para que eso rija el solo paso del tiempo queda promulgado...

JG: Sí

MAZ: Pero después tiene que reglamentar el Ejecutivo, sino lo reglamenta lo deja ahí stand by y no pasa nada. Es una estrategia política, entonces garantizamos todos los procedimientos, todos los mecanismos, pero la decisión política de una persona jurídica que es el Ejecutivo paró todo, fíjate que esto también ocurre...

JG: Sí

MAZ: ¿Qué herramienta tiene ir a presionar al Ejecutivo?, “cumpla lo que la ordenanza diga si no la hubiera vetado, haga uso de sus facultades, vétele, sino modifíquela, haga uso de sus facultades, diga al Concejo que revea”, porque todo eso está previsto en la Ley de Municipios, vos podes rever un tema y requiere de otra cantidad de votos, bueno pero está todo...

JG: Está todo regulado...

MAZ: Garantizado, todo está garantizado...

JG: Y... ¿está al tanto de la existencia del Decreto 1172 del año 2003?

MAZ: No, no lo sabía, no lo conocía...

JG: Claro, lo que hace es regular lo que es la gestión de intereses pero con respecto al Poder Ejecutivo Nacional...

MAZ: Mucho no se ocupa...

JG: No

MAZ: Porque no garantiza las Audiencias Públicas para las tarifas.

JG: Claro

MAZ: El gobierno de la provincia en algunas cosas algo modificó, por ejemplo en el ENRESS y las convocatorias de Audiencia Pública, pero ahora el último ajuste de tarifas que se anunciaron es un clarísimo ejemplo de no haber garantizado el lobby, no

garantizó que los ciudadanos hicieran gestión, los empresarios. Yo estuve reunido hace pocos días con la Asociación Empresaria de Rosario que ahí nuclea a innumerables cámaras de la ciudad, desde heladeros hasta merceristas, estaciones de servicio, tenés de todo. Nadie fue convocado, todos fueron a quejarse a la Empresa Provincial de la Energía y al Secretario de Energía y ahora están haciendo gestiones ante el gobernador y le van a pedir a los legisladores provinciales que intervengan, eso es un clarísimo ejemplo de lobby. ¿Para qué? para que pare el aumento, que vea otras alternativas de financiamiento de la Empresa Provincial de la Energía, porque si es una empresa pública debe garantizar el servicio público. La energía es una necesidad básica, es un derecho humano, todo eso ya empieza a correr los Derechos Constitucionales y están garantizados o previstos, no están garantizados, están previstos en la Constitución Nacional, entonces fijate ahí y van a ir al Concejo también. ¿Cómo? Y yo creo que va a haber trabajo de Comisión, va a haber Audiencias, va a haber entrevistas, va a haber de todo. Eso es un clarísimo ejemplo de que no se está cumpliendo la norma por parte del poder político, no hizo la Audiencia Pública.

JG: Claro

MAZ: La tendría que haber hecho. Y si el gobierno nacional, porque hablemos no de nombre y apellido porque sino después dicen “ahh viste porque éste está con éste, otro, está a favor”, no. Hablemos del Poder Ejecutivo Nacional, le baja los subsidios a las empresas que compran en el mercado mayorista, no se la baja el gobernador el subsidio... digo...se confunde tanto la gente. La tarifa eléctrica está subsidiada como el transporte está subsidiado, 10 (diez) veces más en el Conurbano bonaerense que en Rosario, 10 (diez) veces más está subsidiado, pero lo es, está. Si va a retirar el subsidio se lo está retirando a las empresas que van al mercado mayorista, porque el sistema de energía eléctrica es un sistema nacional. Las empresas, como en este caso la de Santa Fe, asiste a ese mercado y la compra. La compra, lo digo así “en bruto” y después la distribuye, es su tarea, baja el voltaje en primera y segunda instancia y luego la distribuye a los consumidores que somos nosotros y los empresarios, porque los empresarios consumen mucha energía eléctrica y la están padeciendo. Por eso es importante ahora más que nunca hacer un lobby para que no te avasallen tus intereses porque no te van a dar los costos, no es problema que se metieron la mano en el bolsillo, es que a muchas empresas no le da el costo. Entonces las variables del costo no es la mano de obra la más importante, aunque en la economía clásica siempre se dijo eso, pero hoy la energía para determinadas empresas es un costo, una variable

importantísima de ese costo, entonces eso puede afectar la cuestión salarial o empleo que son dos aspectos de esta relación laboral. No le puedo dar salario o no le puedo dar el empleo que me están requiriendo, tengo que restringir, tengo que despedir, cuidado con eso porque ya la cuestión social se compromete, entonces más que nunca hay que hacer lugar al lobby.

JG: Claro

MAZ: Venga o no venga con presión hay que hacer lugar...

JG: Y... ¿por qué cree usted que el término “gestión de intereses” sí se regula o se le da lugar con una reglamentación específica y al lobby no?, o sea en definitiva son la misma actividad...

MAZ: Porque no está reconocido como terminología, la Real Academia Española tiene acepciones sobre eso, yo creo que está de hecho considerado como es lo mismo...

JG: Claro, es lo mismo pero son distintos términos...

MAZ: Los medios de comunicación que juegan un rol importante, deberían decir bien las cosas... porque hay periodistas que tienen mucho seguimiento, entonces hablan de esto como si fuera una mala acción...

JG: Como si fuese sí, una coima o...

MAZ: Y fíjate que ya la comunicación también juega un rol preponderante, hoy con las tecnologías existentes le estamos corriendo por el costado a la radio y a la televisión, no nos alcanza, porque lo que dice la televisión hay que hacer... pero hay que correrlo por el costado y eso hay que aclararlo, hay que informarlo.

Cuando hablamos yo tenía apuntado acá que el lobby también puede entenderse como grupo de presión porque lo está haciendo en función de sus intereses y eso es legítimo, y si va a influir en el que toma decisiones o legisla está bien, porque lo está haciendo dentro de los procedimientos que están previstos y de las normativas existentes...

JG: Claro hay algo que lo avale...

MAZ: Si no se aparta de eso ¿por qué está mal?, como los periodistas hicieron su lobby para tratar la Ley de Medios. A favor otros en contra...este hace monopolio, el otro dice que no, que va a ser más democrático...bueno, terminó un período de gobierno ahora empezamos otro y el problema no se resolvió, ¿te das cuenta?, entonces ellos también, que son los que hablan de estas cosas, ellos también se abusan del poder que tienen.

JG: Claro

MAZ: Y tenía apuntado que el lobby puede ser, ya dentro si consideramos a ese grupo de presión o que hace gestión en función de sus intereses, que lo podemos tomar como sujeto o desde la acción que hace. Para mí también es lo mismo, porque ese sujeto termina tomando una acción que lo lleve a la búsqueda de la satisfacción de sus intereses. Es indispensable una cosa validado a la otra. La condición de sujeto es donde habla o te va a manifestar cuáles son o la identificación de sus derechos, dónde están asistidos mis derechos, siempre vamos a ir a la Constitución, pero después están las cuestiones particulares, locales que hablan de legislaciones normativas que fijan más lo territorial. Entonces eso tienen que hacerlo, conocerlo, para eso tienen los profesionales que hoy más que nunca tienen que estar formados en esta idea. Y he aquí donde le cabe un rol clave a la Universidad porque como formadora de nuevos profesionales esta pequeña cuestión, a veces con dificultad, va a terminar de resolverse muy favorablemente, porque todo va a tener un canal, porque el profesional que está formado en esto no solamente en lo teórico sino que va a hacer ejercicio de este conocimiento, va a resolver esta cuestión y las empresas, la sociedad en su conjunto va a encontrar un canal dónde resolverlo.

Entonces es sujeto pero también es acción, es lobby, es grupo de presión, la gestión de intereses. Acción a través de todo lo que describimos anteriormente: presentar el expediente, ir al debate en la Comisión, ir a la Audiencia, pedirle al Concejo Consultivo ampliación si no quiere hablar solamente con los concejales, a los Colegios Profesionales, si se trata de cuestiones urbanísticas intervendrán los que forman parte del Programa de Preservación del Patrimonio urbanístico, histórico, cultural de la ciudad donde ya interviene nuevamente también la Universidad, sus cátedras, ¿sabes cuánta gente?, porque hay cátedras de la Facultad de Arquitectura, de la Facultad de Ingeniería y también los Colegios Profesionales, etc., etc., la Cámara de la Construcción, la Cámara Inmobiliaria, todo va a formando parte, pero todo debe ser transparente.

JG: Transparentado...

MAZ: Cuando se dice acá hubo algo que se hizo en favor de esta empresa es porque no fue transparente, ni más ni menos, eludió los mecanismos y le va a traer consecuencias sin dudas, no va a poder escapar.

JG: No

MAZ: ¿Cuáles son esas consecuencias?, y ahí viene muchas veces decisiones tremendas, como un caso de Corrientes y Wheelwright que se le ordenó que demoliera

dos pisos a un edificio, “total después...” esta es la falsa política, “total después lo arreglamos”

JG: O “no pasa nada...”

MAZ: “Después lo vamos a arreglar” y se le ordenó que demoliera dos pisos, lo hizo.

JG: Claro

MAZ: Y no se difundió tanto, porque eso hace mucho ruido, y pero se encargaron bien muchos medios de no difundirlo. Se lo puso en vereda, un empresario notable... notable o notorio... no notable no, notorio de la ciudad.

JG: Tuvo sus consecuencias por no cumplir...

MAZ: Tuvo sus consecuencias, bueno... porque la otra es ordenar demoler el edificio pero ahí viene el rol de los abogados, vienen todos los juicios cruzados... hay que tener muchísimo cuidado.

JG: Claro, bueno, muchas gracias.

Anexo 3

Entrevista a Gabriel Felipe Chumpitaz, Concejal de la Ciudad de Rosario por el bloque Unión PRO, previamente empresario, consultor y especialista en materia de seguridad e inteligencia, el día 14 de abril de 2016 a las 14:50 hs.

JG: Bueno, ¿qué opinión tiene usted con respecto a la actividad del lobby?

GFC: Bueno, en la Argentina está mal vista la palabra lobby pero en realidad existe en todo el mundo. En Europa y en Estados Unidos es una actividad totalmente lícita y como dice acá mi maestro Marcos Gasparutti, “gestión de intereses” más que “lobby”. Uno trabaja por intereses, primero individuales y después colectivos, mientras los intereses sean genuinos, verdaderos y legales, creo que no hay que ocultar nada. El lobby me parece bueno, siempre que esté dentro de la ley obviamente.

JG: Y ¿existe algún procedimiento, que esté regulado o no, que se utilice en el Concejo para recibir inquietudes que sean representativas de sectores privados?

GFC: Sí, todos los ciudadanos en general tienen la posibilidad de presentar ya sea propuestas, proyectos y reclamos. O sea así como lo puede hacer una persona física, lo puede hacer una persona jurídica.

JG: Claro

GFC: Una institución, una asociación, un club...

JG: Pero parecería que cuando una persona jurídica lo hace está mal visto y...

GFC: Está mal visto, depende si lo hace un sector empresarial parecería como que hay intereses económicos, si lo hace un sector sindical parecería como que defiende a los empleados, y yo no creo ni una ni la otra, yo creo que tanto una como otra defiende sus intereses. El gremial empresario defiende justamente a sus agremiados, las empresas, los sindicatos defienden a los obreros. Creo que es más que nada la interpretación lo que varía, la fluctuación pasa por la interpretación, no es por lo que es realmente. Me parece que hay que tener bien en claro eso.

JG: Y ¿cree que existe algún canal más que la empresa utilice, además del lobby, para poder comunicarse con los poderes públicos?

GFC: Bueno, no hay mejor comunicación que la tarea propia, verdadera y genuina. Si yo demuestro que trabajo bien, seriamente, de forma honesta, dentro de la ley, que pago mis impuestos, que les pago a los empleados, me parece que mejor forma de comunicar que esa no existe. Obviamente siempre dentro de un equipo de comunicación profesional que lo sepa comunicar, pero a veces es muy difícil comunicar cuando no se hacen las cosas. Yo te puedo comunicar que soy un gran jugador de tenis pero una vez que salgo a la cancha y me ves jugar, si no soy un gran jugador de tenis queda a la vista.

JG: Claro

GFC: Con lo cual lo importante es la tarea real, y después obviamente un equipo profesional de comunicación.

JG: O sea que está a favor de que se reglamente y transparente la actividad...

GFC: Me parece que existe, no hay nada que ocultar... siempre que sea dentro de los parámetros legales y siempre que sea reclamo genuino, reclamo verdadero. Si ya estamos reclamando cuestiones o intereses que hacen daño a otras personas, ya me parece que no. Mientras sea genuino...

JG: Claro, no tiene que perjudicar al bien común.

GFC: Exacto, mientras sea beneficioso para una gran mayoría...

JG: Y ¿crees que al no estar regulado provoca situaciones que lo llevan a su marginalidad o ilegitimidad?

GFC: Más que nada confusiones, entonces parecería como que un sector hace las cosas bien y reclama de una forma legítima y otros sectores no. Entonces si vos lo regulas, permitís que todos los sectores sean vistos de la misma manera, ya sea empresarial, sindical, organizacional, institucional, todos tengan las mismas oportunidades. Me parece que la regulación siempre es buena, después obviamente hay que cumplirla.

JG: Claro, y ¿crees que el sector político está preparado para manejar las presiones que recibe?

GFC: Yo no sé si recibe tantas presiones... la verdad que el sector político es muy especial, pero el sector empresario también es muy especial y el sector sindical también. Cada uno tiene sus virtudes y sus defectos. La política tiene en general, como actividad tiene muchos defectos, también tiene muchas virtudes, no hay otra herramienta que te permita cambiar la realidad de la gente. Con lo cual es medio injusto criticarla, yo siempre fui crítico de la política, hoy que la veo adentro me doy cuenta que no hay otra posibilidad...o sea no existe otra posibilidad que le cambie la vida en forma positiva a mucha cantidad de gente...

JG: Ehh y bueno... la gestión de intereses está regulada en un decreto, pero está regulado con respecto al Poder Ejecutivo. ¿Por qué crees que hacen una diferencia en regular lo que es la gestión de intereses y no el lobby?, si son en definitiva lo mismo...

GFC: Creo que queda lindo decir gestión de intereses y la palabra lobby no está bien vista entonces... me parece que es un problema dialéctico, un problema de costumbrismo. Cuando nos empecemos a acostumar que la palabra lobby es buena, siempre dentro de los parámetros que te dije anteriormente: la legalidad, que el interés que se reclama sea genuino, que beneficie a la mayoría de los ciudadanos...creo que la palabra lobby va a dejar de estar mal vista. Es cuestión de...

JG: Es una cuestión terminológica más que nada...

GFC: Si... y de cambio cultural, nada más, un paradigma cultural que hoy dice una cosa y el día de mañana puede decir otra. Los cambios culturales se notan, fijate el ejemplo de cuando no se podía fumar adentro de un restaurant, un hotel, lo que fuere, perdón que se podía fumar y ahora no. Entonces mirá si eso no es un cambio cultural, lo mismo puede suceder. Era lo mismo fumar en un avión que no fumar y hoy está muy mal visto, si vos encontrás a alguien fumando le decís “mirá tenés que ir afuera”, la gente misma se lo marca, ya no es el Estado sino el ciudadano.

JG: Y vos ¿crees que es necesario concientizar a la sociedad con respecto a lo que es el lobby, lo que no?

GFC: Primero hay que explicar lo que es, qué significa, qué tarea cumple, primero explicar para que la gente entienda, la mayoría de la gente no lo entiende. Después obviamente comunicarlo bien y concientizar finalmente, no puede haber concientización si no se sabe de lo que estamos hablando. Me parece que la gran mayoría de la gente no sabe qué significa el lobby ni la gestión de intereses, si lo explicás, lo comunicás y

después concientizás yo creo que puede haber un cambio de paradigma y quizás deje de estar mal vista la palabra.

JG: Y ¿cree usted que los medios de comunicación son gestores de lobby?

GFC: Bueno, son... son usinas de poder los medios de comunicación. Dentro del poder está el lobby, son usinas de poder. Trabajan obviamente por intereses propios, particulares, y en otros casos trabajan por intereses puntuales de ciertas corporaciones, pero al ser centros o usinas de poder, obviamente generan lobby, generan todas estas acciones que habíamos hablado antes.

JG: Y ¿conocés algún caso concreto que se haya realizado lobby en la ciudad de Rosario?

GFC: Bueno, el caso del cierre dominical. El Sindicato de Comercio, la Asociación Empresaria y bueno, varias instituciones más, hicieron lobby para poder lograr el cierre dominical, la Ley 13.441. Nosotros siempre decimos “estamos con el descanso, pero no con el cierre”, o sea no es lo mismo. No hay dialéctica, porque la ley habla de cierre no de descanso, no es lo mismo, una cosa es que vos hagás descansar al obrero y otra que vos cerrés el negocio. Vos tenés que permitir que el negocio o el comerciante tenga la libertad de abrir y que el obrero tenga la libertad de trabajar o no trabajar, tiene que haber una reforma a la Ley Laboral obviamente. Entonces de esa manera vos cumplís con todos, o sea de la otra cumplís con parte de los obreros no con todos, porque hay algunos obreros que quieren trabajar...

JG: Claro

GFC: Y tampoco cumplís con el comerciante que quiere abrir. Imaginate que hay 2000 (dos mil) empleados de comercio que trabajan en los supermercados, de los cuales la mayoría si vos le preguntás quieren trabajar el domingo porque ganan el doble.

JG: Claro

GFC: Entonces mirá, se moviliza todo una ciudad, se cierra toda una ciudad para que 4 (cuatro) personas no trabajen el domingo... no, no es así, tendrían que tener esas 4 (cuatro) personas que no quieren trabajar el domingo la posibilidad de decirle “yo no quiero trabajar el domingo” y los que tienen las ganas de trabajar tendrían que tener la posibilidad de trabajar. Eso hubiera sido un lobby genuino, no fue genuino porque defendió una parte muy chiquita.

JG: Está bien, bueno... gracias.

Anexo 4

Entrevista a Eduardo Toniolli, ex Diputado Provincial por el Frente Para la Victoria, actual Concejal de la ciudad de Rosario y Presidente del bloque Partido Justicialista (FPV), el día 15 de abril de 2016 a las 13:05 hs.

JG: Bueno, ¿qué opinión tiene usted con respecto a la actividad del lobby?

ET: Creo que es una actividad que tiene que ver fundamentalmente con la circulación de intereses dentro una sociedad, a priori no es ni negativa ni positiva, en todo caso es la expresión de intereses determinados sobre sectores sociales, económicos. Yo digo más que... digo la idea de lobby básicamente a veces da la idea o refiere a la idea de algo oculto, espurio, ¿no?, y creo que en realidad cualquier tipo de manifestación ciudadana, social o de algún tipo de sector gremial, empresarial, etc., en última instancia es un intento de influencia, ¿no?, es un poco eso el lobby en todo caso... es tratar de influir en las decisiones estatales o públicas. Y bueno después de ahí en adelante obviamente se da bajo distintas formas, a veces a la luz del día, a viva voz y en otras veces a través de recursos más soterrados, ¿no cierto?, que eventualmente también pueden incluir recursos ilegales, ¿no?, pero bueno... no es que tenga una opinión negativa o positiva en sí porque en realidad depende de qué, para qué y en función de qué intereses, ¿no?

JG: Claro, siempre y cuando no perjudique el bien común.

ET: Y por supuesto, es que en realidad yo creo que cada funcionario o cada legislador en este caso, ¿no cierto?, a mí me ha tocado ser Diputado y ahora Concejal, entonces por ahí atravesar las dos experiencias responde a determinadas miradas del mundo en base a determinados intereses o intenta serlo. Entonces por ahí es más permeable o a fin a determinadas ideas e intenta expresar esas ideas y esos intereses a algún sector social. En nuestro caso, por lo menos desde el peronismo, los trabajadores, los sectores más postergados de la sociedad, ¿no?, entonces eso hace que uno tenga un preconceito sobre determinadas intervenciones de algunos actores o intereses de algunos actores que pueden circular, ¿no cierto?, en un ámbito legislativo, ¿no?

JG: Claro y parecería igual como que el sector de las empresas al querer influir está mal visto o es una mala actividad y las personas por ahí que vienen a... no sé, a decir algún interés que tienen... no.

ET: Depende, depende... digo toda decisión política tiene un impacto, y beneficia a alguien y desfavorece a otro, ¿no? Mi criterio...yo a priori no veo mal el intento de influir políticamente, obviamente creo que uno acepta o no acepta esas ideas, esa propuesta, esa iniciativa, en función de a quién perjudica y a quién favorece.

Entonces... te doy un ejemplo concreto: hace un mes se discutió más o menos en el Concejo Municipal el descanso dominical para los trabajadores y empleados de comercio, bueno y ahí existió la intervención de distintos actores de nuestra vida económica y social, ehh... y... bueno, yo creo que es totalmente aceptable y valorable que en un ámbito democrático y sobre todo en las Comisiones de Trabajo, vayan y planteen su posición estos actores. Y lo hicieron, en una primera instancia... bueno, yo tuve la oportunidad de votarlo en Diputados, sucedió algo muy parecido y ahora en el Concejo en una primera instancia se acercaron y participaron algunos actores empresariales, en realidad ligados a las grandes cadenas de supermercados, muchas de ellas internacionales, algunas cadenas nacionales, algunas fundaciones liberales con una mirada de la economía donde creen en que la economía debe estar desregulada, ¿no cierto?, y la cuestión laboral en gran parte desregulada por eso promueven que los domingos se trabaje, ¿no cierto?, indistintamente no importa qué rubro o sector y plantearon su posición. En mi caso están las antípodas de lo que sostengo, ¿no?, y un par de reuniones después, estoy hablando en la Comisión de Gobierno, ¿no?, en la Comisión de Gobierno en la que formo parte y soy Vicepresidente, intervinieron otros actores encabezado por la Asociación Empleados de Comercio con la Unión de Almaceneros, la Unión de Carniceros, la Asociación Empresaria de Rosario, algunas cadenas de supermercados locales, etc., que tienen una mirada de apoyo al planteo de la Asociación Empleados de Comercio. Bueno, intervinieron cada uno en su momento, hubo una intervención pública de cada uno de esos actores también. Imagino que habrá habido también intervenciones particulares y puntuales, bilaterales, ¿no cierto?, en mi caso con la única de todas esas organizaciones que tenía un compromiso y que venía trabajando era Asociación Empleados de Comercio porque fui empleado de comercio durante mucho tiempo y sé de qué se trataba el tema en todo caso por experiencia propia. Y bueno, después finalmente se decidió democráticamente, cada sector planteó su posición, se votó y fue aprobado por una amplia mayoría, ¿no? Digo no hay nada de malo ni espurio en eso, lo que en todo caso es malo o espurio son de alguna manera el intercambio de favores a partir de dádivas o la influencia o la presión en busca de quebrar algún tipo de posición, ¿no cierto?, pero no el diálogo y el planteo de las posiciones de cada actor, ¿no?

JG: Claro, y ¿existe algún procedimiento, que esté regulado o no, que se utilice en el Concejo para recibir inquietudes de los sectores privados?

ET: No, no hay ningún tipo de procedimiento...ehh... ni a nivel nacional, ni a nivel provincial, ni a nivel municipal, a diferencia de otros países donde... que se yo, no sé, Estados Unidos por ejemplo...

JG: Claro, está regulado el lobby...

ET: Está regulado el lobby, etc., y me parece que en todo caso ahí sí es la institucionalización de mecanismos que promueven los intereses de determinadas corporaciones. Me parece que no tiene que ver tanto... o sea la regulación en todo caso es producto, esa regulación es producto de una... digamos, un sistema político que entiendo que es muy permeable a esas corporaciones y a esas presiones, ¿no?, entonces es como un mecanismo de canalización formal de esas presiones. En la vida política argentina siempre han existido... tengo, o sea sostengo que el gobierno que hoy dirige los destinos del país, que es el gobierno de Macri, es un gobierno que no necesita de la expresión o del lobby de determinadas corporaciones porque está integrado por esas corporaciones, la mayoría de los Ministros de Macri pertenecen a...

JG: Al sector empresario...

ET: Vienen del sector empresario, vienen de la actividad privada y en general, a demás, de gran empresarios de gran capital, ¿no cierto?, son CEO de grandes empresas, JP Morgan, Shell... y que no casualmente ocupan lugares en los Ministerios que corresponden al área que debería regular... digo, el Secretario de Comercio es el dueño de la Anónima, es quien debería cumplir la función de por ejemplo controlar precios, evitar la concentración económica, evitar la inflación, la remarcación de precios, etc. Entonces eso ya es todo una señal, ¿no cierto?, de hacia dónde va ese gobierno... ¿no?

JG: Sí, y siendo que el lobby no está regulado... ¿qué canales crees que utilizan las empresas para comunicarse con el poder público? O sea el lobby...

ET: Directamente interceder ante determinados funcionarios, directamente comunicarse con los funcionarios, etc. Repito, como cualquier otro actor, digo, en este caso estamos hablando de la iniciativa privada de los empresarios, cualquier otro actor...

JG: Pero como cualquier persona...

ET: Y creo que los gobiernos, como decía recién, o los funcionarios, los legisladores son más o menos permeables a... o a fines o receptivos o sensibles a los reclamos de determinados sectores en función del lugar donde está parado en términos sociales, a quién expresa o a quién quiere expresar... depende en función también de su ideología, ¿no?

JG: Claro

ET: Ehh... me parece que eso es lo que determina en todo caso que alguien sea... por eso yo de alguna manera como caso experimental te he dado cuenta de lo que era empleado de comercio. Bueno, yo tengo una posición política y me hago cargo y reconozco que estaba interesado en determinada posición o soy más sensible a la posición, en este caso, de un Sindicato de Trabajadores, ¿no?, al que pertencí por otra parte. Entonces... digo, me parece que eso... no sé si es necesario una regulación... ehh... de algo que nuestra misma sociedad ha regulado, ¿no cierto?, y que en realidad la correlación de fuerzas que se establece entre determinados sectores hace que las políticas públicas se dirijan hacia tal o cual sector, ¿no cierto? Puedo dar otro ejemplo, las políticas de privatizaciones, ajustes de los noventa no tenían que ver... yo siempre discuto la idea esta de la retirada del Estado, en realidad estamos hablando de un Estado que regula en función de los intereses concentrados. Y eso tenía que ver también con que tenían más peso en ese momento esos sectores empresariales y muchos de ellos habían gestado un lugar hegemónico en el mercado en el que se desenvolvían a partir de su relación con los gobiernos de facto, etc. Y tenían mucho menos peso los trabajadores... ehh... los trabajadores organizados, ¿no cierto?, después de todo el proceso de la dictadura... los gobiernos liberales y la cantidad de trabajadores sindicalizados habían caído a un piso mínimo, ¿no cierto?, entonces el peso de esas organizaciones gremiales era mucho menor para direccionar políticas públicas, ¿no?

JG: Sí

ET: Ehh... hace muy poquitos días, otro ejemplo te doy, vino la Unión Obrera Metalúrgica de Rosario al Concejo Municipal a expresar su preocupación porque Acindar estaría intentando cerrar la Planta Navarro, que es la planta que está en Rosario de Acindar, que tiene 150 (ciento cincuenta) trabajadores directos y 50 (cincuenta) indirectos. Bueno, la UOM en el marco de eso... de la evaluación que hacía, señalaba que hace 10 (diez), 11 (once) años tenía 5.000 (cinco mil) trabajadores afiliados en Rosario y hoy tiene 18.000 (dieciocho mil), ¿no cierto?, eso obviamente lo convierte en un actor que tenía un peso en ese momento, tiene otro peso en este momento...

JG: Claro, y siendo que el lobby como usted me dice, se realiza pero de una manera informal... ¿usted cree que hace falta una regulación específica o no?

ET: No lo tengo demasiado visto, pero no, no... no creo en el traslado de experiencias... mecánicamente el traslado de experiencias de otros países, ¿no?, que... y repito, tiene que ver más con la institucionalización de un estado de cosas, mucho más que en un intento por morigerar o por regular a los niveles de institucionalización de un

estado de cosas. En Estados Unidos las corporaciones tienen, sostienen campañas políticas, ehh... tienen de alguna manera... ehh... una intervención directa en la promulgación de leyes, etc., y se blanquea eso de alguna manera de esta manera. Yo creo que en la Argentina si bien efectivamente puede suceder y sucede que hay sectores empresariales que terminan interviniendo en... sosteniendo campañas políticas, eso está claramente regulado ya, ¿no cierto?, qué se puede y qué no y bajo qué monto, en realidad lo que se hace es violar generalmente esa normativa, ¿no?, de algunos sectores. Eh... en todo caso lo que hay que hacer es hacer cumplir las leyes y que en todo caso el lobby y la influencia se ejerza desde otro lugar, desde la discusión de ideas, desde en todo caso no de...

JG: De ejercer una presión...

ET: Sí, una presión económica o de... etc., ¿no? Digo, dicho todo esto hay sectores que claramente expresan, repito, el PRO por ejemplo claramente y este gobierno expresa una perspectiva determinada que es el gran empresariado nacional y trasnacional interviniendo en políticas directamente, ¿no?, sin mediaciones.

JG: Y ¿cree que el sector político está preparado para recibir estas presiones, para manejarlas?

ET: Depende... repito tiene que ver con... con en qué lugar de la escena política y social se encuentra parado cada uno.

JG: Claro el modelo que adopte.

ET: Y... el modelo de desarrollo que uno proponga, obviamente después en ese marco no hay duda de que pueda haber hombres y mujeres que puedan desviarse de esos ejes y que puedan ser más sensibles a esas presiones. Ehh... no sé... un ejemplo, un funcionario que se ha mantenido... ha sostenido una política y la ha mantenido en el tiempo, por ejemplo Guillermo Moreno en su momento, ehh... ha seguido las directivas que se han tomado en materia de Comercio Exterior desde la Presidencia de la Nación y bueno, no hay ningún tipo de sospecha de corrupción, etc., y por lo tanto es demostrativo de... más allá de lo que puede pensar cada uno de la forma, etc., pero es demostrativo de que es alguien que sigue una línea política, sigue un modelo de desarrollo, cumple una función y en ese sentido indudablemente era alguien que estaba en contacto permanentemente con sectores empresarios pero tenía una función determinada que era disciplinar a parte de esos sectores que no son muy afines muchas veces a seguir pautas desde el Estado, ¿no cierto?, y mantener por ejemplo la baja de los

precios o no importar determinados tipos de productos porque desfavorecían la industria nacional, etc., ¿no?

JG: Y ¿está al tanto del Decreto que se firmó en el año 2003 que regula lo que es la gestión de intereses pero con respecto al Poder Ejecutivo Nacional?

ET: No, no conozco en detalle...

JG: Claro, porque actualmente por ahí se utiliza el término, resulta más amigable gestión de intereses que lobby...

ET: Sí

JG: ¿Por qué cree que hay esa diferencia?

ET: Y... es un eufemismo, porque lobby en general está como mal...

JG: Mal visto

ET: Mal visto...ehh... aquí, ¿no cierto?, no en otros lugares... en Estados Unidos por eso es una figura reconocida legalmente. Me parece que por eso se puede utilizar quizás ese eufemismo, ¿no?

JG: Y por último, ¿cree que los medios de comunicación son gestores de lobby?

ET: Sí, totalmente. Son... los medios de comunicación son empresas, tienen sus intereses, a veces vehiculizan a partir de algún tipo de pauta privada o pública también, ¿no cierto?, determinados intereses específicos y a veces los propios vehiculizan a través de esos medios, ¿no? Las averiguaciones de prensa de alguna manera tienen que ver con eso, ¿no?

JG: Bueno, muchas gracias.

ET: No, gracias a vos.

Ampliación de la entrevista el día 3 de octubre de 2016 a las 09:45 hs.

JG: ¿Cree que es necesario concientizar a la sociedad con respecto a lo que es el lobby?

ET: Sí, me parece que es importante que la sociedad pueda informarse, por ejemplo sobre intereses en pugna en los procesos de construcción de políticas públicas.

Anexo 5

Entrevista a Elías Soso, ex Presidente de la Asociación Empresaria de Rosario, el día 18 de abril de 2016 a las 15:15 hs.

JG: Bueno, ¿qué opinión tiene usted con respecto a la actividad del lobby?

ES: En primer lugar, la actividad del lobby en líneas generales en la Argentina como nunca fue institucionalizado, sino que parecería como que son comisionistas de... o de la política o comisionistas de los negocios, no se veía bien, como un intermediario de cosas... ¿viste? Así que habría que darle a lo mejor una institucionalización legal porque es aceptada en todas partes del mundo, que quiere decir acercar los puntos en un encuentro que signifique ventaja para los que necesitan tenerla. Si vos necesitas tomar decisiones de tipo... en favor de determinadas corrientes que están pidiendo algo para la sociedad y vos le podés servir, lo tenés que hacer. Fijate, te lo doy como referencia que acaba de pasar... ¿ves que está todo anotado?

JG: Sí

ES: Leí esto hoy...

JG: “El Conicet Rosario en alerta porque los fondos llegan a cuentagotas”

ES: Esto me preocupó como ciudadano...” -pibe, -¿qué?, - lo ando buscando, -¿por qué?, -porque quiero juntar a unos cuantos empresarios de la ciudad para gestionar de que se le pague en tiempo y forma y se terminen las obras del Conicet”. ¿Interés?, interés de la comunidad, yo no tengo intención... no le vendo, no le compro... quiero decirte que uno tiene que interesarse, tenés que ser militante de la mejora de calidad de vida de la gente, también el lobbista tiene que tener en cuenta eso. Y a demás que para ser lobbista o como se le llama, lobbista o..., no hay ninguna duda que primero tenés que tener por lo menos conocimiento de lo que hablás. No te digo el término capacitación porque ahora está de moda y hay tipos que no se han capacitado, los capacitó la vida, los capacitó las relaciones, a demás en Argentina se perdió tanto tiempo en muchas cosas que nadie tuvo tiempo de capacitarse. Hay generaciones enteras que a raíz de los desvaríos de la política desaparecieron de lo que significa la intermediación o llevar ideas políticas, que también ese es un lobbista, el que transfiere cosas de un lugar al otro. Lo que pasa es que estaban... ya te digo, no era una tarea bien vista porque pensaban que “vos llevás la cometa”, esa expresión que es común que se diga. Bueno, eso es en el mundo de los negocios, está el otro... el que tiene carácter representativo de las necesidades sociales, ese es un militante de estas cosas y hay, le podés dar el término de lobbista o están vinculados a la política más que nada, que tienen la obligación de hacerlo ellos, ¿no cierto? Y en el caso nuestro somos llobistas a lo mejor que estamos en la búsqueda ¿de qué?, de juntar las fuerzas de la ciudad para hacer en su momento... pelear por la ruta Rosario- Córdoba, que la hicimos en aquel tiempo que estaba Menem, Cavallo; el puerto, que también conseguimos el dragado; el

aeropuerto, que también estaba de gobernador Obeid; la ruta de Rosario a Córdoba, y se hicieron con el lobby, con la Federación Gremial, La Bolsa de Comercio, la Asociación Empresaria donde yo estaba...

JG: Claro

ES: La Sociedad Rural, juntamos la dirigencia y empezamos a gestionar. Yo lo entiendo como que eso es lobby, es decir buscar puntos de encuentro que genere una potencia, porque política es relación de fuerzas, el que demuestra más posibilidad, más fuerza, más contacto con la gente, el que más impacta. Por eso vos me preguntaste “¿usted tiene problema en poner el nombre?”, no, no tengo problema en poner mi nombre al contrario, si yo no estoy haciendo ninguna gestión ilegal, al contrario es una gestión en favor de los intereses de la gente.

JG: Y ¿por qué cree que el término gestión de intereses resulta más amable que el término lobby en la sociedad?

ES: Hay cosas que son inexplicables...

JG: (Risas)

ES: ¿No es cierto?

JG: Sí

ES: En Estados Unidos está bien, el lobby es lobby, el lobbista es lobbista y cobra, se juntan las comisiones internacionales por los préstamos de plata, se cobran públicamente, te hacen la factura. Las consultoras internacionales cobran todas, yo no me refiero al que cobra solamente, es decir quiero decirte que si eso se institucionaliza está bien porque si en el mundo de los negocios vos juntás las partes y producís una renta que le viene bien a todo el mundo bueno, sos un intermediario que sirve a los intereses de ambas empresas o en última instancia los intereses nacionales. Y en el orden internacional también se arman lobby, las naciones se juntan, grupos, por eso ¿por qué se arma por ejemplo el Mercosur?, ¿qué es?, es un lobby del Mercosur para tener mayor poder porque como política es relación de fuerzas, hay que medirla. ¿Con quién?, con la Comunidad Europea o con las Asociaciones vinculadas al Pacífico o en fin, la Sociedad del mundo árabe, todos tienen su grupo de poder y su grupo de presencia participativa donde está el poder para apurar la concreción de los intereses a los que ellos representan. Pueden ser empresas, provincias, naciones, regiones...

JG: Sí, todo aquél que quiera...

ES: El que está en esa gestión. Ahora claro, vos me hiciste una pregunta que no tiene respuesta... a veces ¿sabés qué pasa?, una sociedad como la Argentina que tiene la

epidermis tan sensible al mundo de los negociados, se cree que todos son negociados y que no admite el mundo de los negocios.

JG: Que todo es corrupto parecería...

ES: Claro, hay una bronca bárbara con ese tema... entonces vos querés joder a un tipo y le decís “uy pero ese es corrupto”, “uy ese una vez...”, “uy ese una vez le robó...”

JG: O “hace negocios raros...”

ES: “Cuando era chico le robó el chupete al vecino y fijate ahora dónde está...”

JG: (Risas)

ES: Siempre se busca eso, ¿no cierto?... pero bueno, yo creo que con el tiempo tenemos que recuperar la adultez en la Argentina, para que los que realmente hagan esa gestión lo hagan dentro del marco de lo que debe ser la honradez, la decencia, la ética... pero eso se construye con el tiempo. Vos podés salir a decir “yo soy esto”, y... tu ética tiene que ser demostrada a través de los años, tenés que ser creíble, confiable. Para ser creíble y confiable tiene que haber una conducta, la gente no confía... estamos hablando del lobbista que cumple realmente con la función, porque hay tipos que te dicen “che me podés conseguir un tipo en tal lugar que a lo mejor hay que hacer algo medio...”

JG: Turbio

ES: Marginal. Entonces ahí no se busca un tipo con ética, al revés, hay que buscar un tipo que tenga los caminos que te llevan allí y que también eso se... eso se paga mucho más caro que lo otro.

JG: Sí

ES: Yo estoy hablando del lobbista como intermediario de los intereses... como un tipo que expresa los intereses de determinado grupo, que están vinculados con la ética, la moral y las buenas costumbres. No, no me refiero... por ejemplo pelear por el Rosario-Córdoba, Rosario- Victoria, Rosario- Santa fe, hacer la ruta, trabajar en eso sin interés más que del cumplimiento de eso...

JG: Claro, algo que no perjudique a lo que sea el bien de la sociedad...

ES: Claro. Después están los que eventualmente ante las licitaciones y demás, operan buscando los mecanismos para que gane la licitación que ellos se presentan, y ahí también hay dos vertientes. Los que están acomodándose y tienen el camino abierto y los otros que van con la carta que tienen que ir. Yo a veces hasta sospecho de todas las licitaciones y me parece que deberíamos confiar más a veces en otro mecanismo que sea menos burocrático, más efectivo y más transparente, pero bueno... porque yo también te puedo hacer una... esto lo puedes decir porque como es cierto algunos se van reír pero...

a veces a vos te dicen “yo necesito una distribuidora de correspondencia que tenga tantos camiones, tanta cantidad de gente, tanto esto, tanto lo otro...”, ese desarrollo a lo mejor lo tiene en Argentina una sola empresa...

JG: Claro

ES: ¿Eh?, lo único que le falta que te ponga por ejemplo que empiece con “Junca” y termine con “della”...

JG: (Risas) claro...

ES: Entonces la licitación la va a ganar Juncadella...

JG: Claro... (Risas)

ES: (Risas)

JG: Tal cual...

ES: O te dicen “vamos a hacer una obra de construcción popular... un sanatorio, un hospital público, cuyas puertas tienen que tener 92 (noventa y dos) centímetros, 18 (dieciocho) milímetros”, y hay a lo mejor una sola fábrica de ese tipo de puertas, con lo cual gana esa. Es decir, en toda estas cosas hay picardías y hay de las otras cosas...hay sociedades que han optado por el camino de la transparencia y les va bien, por ejemplo vos podés... que se yo... Dinamarca...allá todo es en el camino de lo correcto, si hay un tipo que se sale de la raya...“chau”. Viste que pasó en Islandia, el tipo tiene un fondo... nadie averiguó nada, salieron todos a la calle, tuvo que renunciar. Bueno, esas sociedades han depurado su conducta, ojalá que Argentina llegue a lo mismo algún día, ¿no cierto?

JG: Y sí...

ES: Porque mientras tanto está siendo un poco turbulento en razón de que nos falta confianza. El artículo primero del lobbista o del intermediario o del representante tiene que ser la confiabilidad, y la confiabilidad es producto del tiempo en una conducta. Vos no podés decir “empecé ayer”, no tenés confianza...

JG: Lo que es la reputación digamos...

ES: Es la reputación... eso es lo que ayuda a que también el interlocutor preste atención, porque los interlocutores también conocen el perfil del tipo que viene a visitarlos, y si ese tipo no es serio no es un interlocutor válido...

JG: La actividad tampoco...

ES: Tampoco, el resultado no lo tiene.

JG: No

ES: Salvo que use otro mecanismo, estamos hablando de lo correcto, de lo que debe ser...

JG: Lo que está dentro de los marcos legales y...

ES: Eso...inclusive lo que debe ser, es lo que también para nosotros es nuestro deseo. Entonces no es tan fácil... pero ya te digo, acá hay un problema en la Argentina, la epidermis está insensibilizada. Todo es corrupto, todo es... “me parece que acá van a hacer un curro”, “uy cuánto costara”, “uy cuánto ganará”, y hay gente que por ejemplo cargos públicos a veces uno no acepta porque... la verdad a mí no hace mucho me ofrecieron, acá viste hay una elección ahora en un club de fútbol, un club local, y no me gusta porque el ambiente está muy enrarecido. Entonces yo digo tengo todo una vida hecha...

JG: Sí, para qué meterse en una cuestión que...

ES: A demás que no es difícil...todas las tareas son más fáciles, el día que nos decidamos todos a hacer lo que tenemos que hacer nos va a ir bien, nos va a ir mejor y vamos a vivir mejor, porque inclusive no hay una organización económica, no hay una retribución económica estudiada con razonabilidad porque dice “total el tipo se la rebusca por otro lado”, ¿viste?, entonces ni es eficiente ni es honesto. Conviene que todo sea tabulado, especificado, y entonces todo camión marcha sobre carriles, hay que tomar decisiones que estén vinculados con eso. Entonces vos salís a la calle y no tenés que esperar que un periodista te marque o te diga, al contrario, lo buscas al tipo a ver si tiene algo para decir.

JG: Claro, pero es como usted dice, depende de la persona porque en todas las profesiones si una persona no va y no hace lo correcto, sea lobbista o no...

ES: Choque señorita (choque de manos)

JG: (Risas) No significa...

ES: Depende de él, depende de él...

JG: Depende de la persona y de cómo uno fue criado, los valores que tiene...

ES: Claro, es como yo le digo a algunos muchachos vienen y me dicen “mira esto, lo otro”, y ¿por qué no vas y le tocas timbre al tipo?, tocale timbre a ver que te diga, que te explique, si vos no tenés cola de paja... Estamos hablando de un tema escabroso, un tema que hace... o sea que...me parece muy bueno que chicos jóvenes estén en eso, ustedes son la esperanza, porque ustedes quieren otra sociedad seguramente, al amparo inclusive de las Encíclicas Papales nuevas...de los consejos que está dando el Papa, el mundo está cambiando. Si dios quiere ustedes van a pertenecer a una generación... a

una legión de chicos que tienen más ideologías que nosotros. A nosotros nos sorprendió una sociedad, vamos hablar de la Argentina y América Latina, casi todas adolecen del mismo problema...el subdesarrollo. Pero el subdesarrollo que también nace de la falta de “esto” (señala su cabeza), si no hay capacitación, no se preparan para nada, cualquiera agarra cualquier cosa... y te dice “mira, ¿quierés ser cirujano?”, “y sí... ¿cuánto pagás?”, y bueno, es cirujano el tipo... el tipo puso una inyección en su vida. O sea que hay una irresponsabilidad, y después cuando hacíamos política íbamos a casa y nos decían “no te metas en eso”, “son todos delincuentes”, empezaron a desdibujar la política. Eso nos hizo mal, la política es una palabra sagrada que es necesaria, que además de ser necesaria es la que empuja con el trabajo político al cambio de la vida de los pueblos, a mejor su sistema de vida, y pero acá se ha transformado en un negocio para la gente.

JG: Claro, porque parecería que todo lo que tenga que ver con política es algo que tiene que ver con lo corrupto...

ES: Entonces el tipo se raja...

JG: Sí

ES: No quiere saber nada...

JG: Y también bueno, eso conlleva a que esta actividad que se relaciona con la política también sea mal vista entonces...

ES: Es por eso, es una cadena negativa que tiene resultados negativos y que hizo que los chicos nos fuéramos alejando. Aunque muchos quedamos pero somos militantes esporádicos, somos digamos... tenemos características homeopáticas, es muy a largo tiempo. En cambio ustedes ya, ahora esta generación que ha venido, ustedes, que yo noto que los chicos ya se han incorporado a la política, no importa donde estén militando... lo que importa que ya tengan interés, porque lo que interesa es que no sea por intereses espurios que uno está en ese lugar. No todos cobran, no es cierto que todos cobran, no es así... y los que tienen que cobrar tienen que cobrar, los representantes, está bien que cobren. Ahí nadie se gana nada, porque acá también ese es otro tema en la Argentina, le dice el tipo “pero ese tipo viste murió pobre, por eso es bueno” y no es bueno por eso...

JG: No

ES: No es bueno por eso... es bueno por lo que hizo, si murió pobre o rico es anecdótico...

JG: Claro, tener plata no marca...

ES: No marca, entonces ¿quiere decir que los que tienen plata sí?, cuando en realidad a veces son sindicados como los que estuvieron en el mundo de los negocios. Pero tampoco estaría mal que el tipo tenga plata... las grandes escuelas de formación dirigencial arrancan con el éxito económico, cuando el tipo entra dice “hello”, saluda con el coso ¿viste?, es la sociedad capitalista, salvaje esa, pero ahora está la capitalista moderna que es otro tipo más distribucionista. Hoy el capitalismo no tiene las características de otrora, salvo en los sectores concentrados de poder que son los lobby que la gente odia. Esos lobby, por ejemplo los holdout, esos hacen lobby para un grupo económico pero realmente priorizan la renta inevitablemente y con espíritu carnicero, “te mato o te mato”, ¿no cierto?, porque eso yo... no me refiero a eso cuando hablo porque ni sé cómo operan, sé las consecuencias de su conducta que no son buenas para la humanidad que uno pretende. El lobbista también tiene que tener alma y espíritu humano, no puede desprenderse de eso. Cuando está hablando por la inclusión de un determinado medicamento en la Argentina, si sabe que lo están probando con los “sudacas” de acá, como dicen ellos allá, a ver si le da o no resultado no puede ser intermediario de eso...es de lesa humanidad, eso no es bueno, ni para el espíritu de ellos siquiera. Porque todo es un conjunto, nada se hace... todo lo que se haga en la vida es ¿para qué?, para que el hombre sea feliz, no es que el hombre tiene que trabajar para ser eficiente, para producir, para ganar, para sumar, para... no. Hay que sumar, restar, dividir, multiplicar pensando en el hombre en el centro de la escena y el lobbista tiene que jugar también y es un principio básico elemental “pensar en el hombre”. “Desde ahí este tipo yo no lo pongo conmigo en un negocio”, no sé, mentira, ¿por qué hay que ser voraz para ser un buen intermediario económico?, ¿quién dijo eso? Yo tengo un negocio que viene de 95 (noventa y cinco) años en la Argentina y estamos...está bien, no tenemos las fortunas inmensas que se han amasado ni me interesa saber cómo, pero no me interesa, hemos vivido con honradez y ¿qué nos pasó?, nada vivimos bien, y ¿no es lindo caminar por la calle y que la gente te respete? El lobbista debe ser respetado por la gente.

JG: Sí, tal cual.

ES: También, no es verdad que tiene que... perdóname yo estoy hablando sobre una corriente después hay otros que te dicen “no, hay que ser duro, seco, terminante”, bueno, no sé, se puede ser suave...

JG: Y te pueden respetar igual...

ES: Podés tener guantes de seda y puños de acero... vos podés hacer eso. O sea vos no tranzas las cosas que son... que perturban el fondo del negocio con las instrucciones que recibiste, pero si vos vas a mejorar la calidad de vida de la gente y tenés que ser humano también, no podes entrar pegándole al tipo una trompada, ¿no es cierto?... bah, no sé me parece a mí. Hay otras escuelas que son mucho más positivistas y dicen “no, esto es así, vos tenés que matarlo al tipo, cuándo lo tenés ahí cortale el cogote”, bueno, entonces el otro a lo mejor está a merced tuya precisamente porque tiene una decisión... no puede tomar decisiones... el poder lo tenés vos, a raíz de eso te aprovechas del tipo y ¿qué ganás?

JG: Nada

ES: Nada, ganás circunstancialmente, pero estás construyendo una sociedad morbosa, cuyas consecuencias son... mirá lo que tenemos ahora. Si vos intermediarias en la droga por ejemplo, no es... no admito un lobbista de la droga porque es una actitud inhumana que va en detrimento de la organización de las sociedades y tiene consecuencias nefastas para la sociedad. Y bueno...por eso, yo no sé si te hice mucha mezcla...

JG: No, no, está perfecto.

ES: Porque yo a lo mejor estoy...

JG: No, no, está perfecto.

ES: Yo soy... te adelanto que yo soy un intermediario de... ¿cómo te puedo decir?... porque nosotros nos hemos hecho en la calle, nosotros no tenemos instrucción especial para lo que hemos hecho...

JG: No

ES: Nos hemos hecho porque nos gustó, porque yo... mirá, todo esto que está acá... ¿ves esto?

JG: Sí

ES: ¿Ves que son amarillos?

JG: Sí

ES: Estos son trabajos que hice en el año 53 (cincuenta y tres), 52 (cincuenta y dos), 55 (cincuenta y cinco) sobre cómo debía ser la escuela del futuro, acá escribíamos los muchachos, los chicos de la escuela, de la facultad, teníamos un diario, entonces nos fuimos haciendo en esto...

JG: Se fueron haciendo a medida que iban avanzando...

ES: Claro, entonces aprendimos que por ejemplo en la escuela, cuando a un tipo lo dejaban libre porque se había enfermado de hepatitis, en aquél tiempo te dejaban 40

(cuarenta) días en cama y vos con 30 (treinta) días perdías... te echaban de la escuela. Entonces, ¿qué hacíamos?, intermediábamos para que lo entraran.

JG: Claro, y eso era lobby...

ES: En el turno de la tarde no iban las mujeres en el Superior de Comercio, hicimos un paro y trabajamos, hablamos con los directores para conseguir que las chicas pudieran ir a la escuela mixta.

JG: Claro

ES: Ahora están trabajando para que los baños sean comunes, para que haya igualdad de trato en el tema de los sexos...

JG: Claro

ES: O sea, las sociedades van evolucionando y nosotros somos agentes de cambio. Bueno yo ahora ya a esta altura de mi vida ya no soy agente de cambio, ahora soy...

JG: Un referente

ES: Un testigo de muchas de las cosas que han pasado... Por eso te estoy contando, hemos participado... los días sábado íbamos a la escuela con alumnos nocturnos, trabajábamos durante la semana, era injusto y salimos a trabajar por eso. ¿Qué hicimos?, lobby para lograr que los sábados no haya escuela. Igual que la tarea del otro, pero todo ha sido para mejorar la calidad de vida...

JG: Nada para perjudicar...

ES: No, y queríamos ir al baile un sábado... si laburábamos como locos en la semana.

JG: (Risas) Claro, y siendo que el lobby no está regulado en nuestro país, ¿qué canales cree usted que utiliza una empresa para poder comunicarse con el poder político?

ES: Los contratan como empleados, como gerentes o hablan a las consultoras, y ahí se arregla, con lo cual igual tienen que pagar.

JG: Claro

ES: Se llama lobby porque se encontraban en el lobby de los hoteles ¿no es cierto?

JG: Sí, y ¿cree que es necesario que exista en las empresas un área específica destinada a la comunicación con los poderes públicos?

ES: Sí, seguramente, seguramente. Porque inexorablemente lo tienen que tener las empresas, es inevitable, lo tienen el que cree que no la tiene, tiene un tipo destinado para esta gestión, dice - "¿y vos conoces algún amigo allá?", - "a ver...sí", - "andá a hablarle y decile que nosotros..."", ya tenés una llegada diferente.

JG: Claro, pero es un público.

ES: Pero es un tipo común, el gerente, el pibe de ahí o el muchacho que se hizo...-“ah no, hace 30 (treinta) años que estoy acá, yo ya sé cómo se hace una camisa, cómo se hace un pantalón... ¿a dónde vamos?, - “¿vos conoces a alguno?”, - “y sí, ahí vamos”. Tenemos colchones hay una inundación, hay que ir a hablar con alguien...vamos. No todo es inmoral, es una tarea de comunicación, de penetración por la vía del conocimiento porque vos no sabés nada y yo te llego a vos para decirte “mirá, me dijo Juan que es amigo tuyo... yo vendo esto, a partir de acá...”, el asunto cambia si yo te digo “yo te vendo esto...pero mirá, vos... te voy a entregar 1000 (mil) y te voy a facturar 10.000 (diez mil)”, y bueno eso...ya no estamos hablando de eso...

JG: No

ES: No estamos hablando de eso, eso que existe... tampoco me voy a sacar tarjeta de bobo a esta altura del campeonato.

JG: Que existe, existe.

ES: Pero eso puede ser tranquilamente castigado, y si estuviera legislado sería mejor porque la legislación castigaría estas actitudes.

JG: Claro, porque al no estar regulado lo llevan a hacer cosas que por ahí...

ES: - “No, si yo estoy haciendo un negocio comercial querido”, - “pero ¿cómo?, vos le dijiste al tipo que le dabas una camisa de puro algodón y peruano, fibra larga y le entregaste esta mezcla, vos le dijiste...”, - “y bueno, yo arreglé así con el tipo”, no es así... pero si estaría legislado sería mucho mejor.

JG: Y sí...

ES: Sería mucho mejor, pero además creo que depuraría mucho más, regularía las gestiones, regularía parte de los honorarios, blanquearía algo que subyace, siempre subyace. El que diga que no o diga “¿vos tenés pruebas?”, yo sé que cobran...o si no tengo prueba por lo menos presumo porque ¿el tipo de qué vive?

JG: Claro

ES: No sé, que se yo. Dejame pensar que todo se puede mejorar.

JG: Y ¿usted cree que hay que concientizar a la sociedad acerca de lo que es la actividad verdaderamente o...?

ES: La sociedad va a costar muy caro... va a costar tiempo concientizar, hay que concientizar a los factores de poder porque ellos saben que viene una autolimitación a partir de las disposiciones de esta naturaleza, porque va a haber tribunales que naturalmente controlen la conducta del lobbista...

JG: Claro

ES: Porque no va a estar todo librado a la que te criaste... porque va a haber disposiciones legales que dicen “cuando vos te excedes de esto, perdés cómo esto”...

JG: Claro

ES: Podés ser sometido a las disposiciones legales vigentes, en fin sería otro contralor y naturalmente también hasta tendrían que pagar los impuestos.

JG: O sea que usted está a favor de que se reglamente la actividad, que tenga un marco legal...

ES: Claro, la intermediación. A ver... ¿sabés qué pasa?, vos decís lobby y dice “uh pero este está de acuerdo con que es una cometa”...

JG: Claro

ES: Y no es así, estamos hablando sobre la intermediación de aquellos que... o sea, en lugar de usar...

JG: Ser gestor de intereses sería...

ES: Eso... yo acompaño, a Facebook, a Twitter y a los medios que hoy hay de comunicación para acompañar el proceso. Yo tengo viajantes, ¿esos qué son?, lobbistas, tratan de vender y cobran comisiones.

JG: Y sí.

ES: Y yo les facturo... compro, vendo, les saco la cuenta “tanto por ciento”, les pago el cheque y se terminó, o ¿no?

JG: Sí, sí.

ES: A eso me refiero, pero ya después vas a ver vos como empiezan “¡ah no!, que sarasea...”. Todo acá es un enredo tan grande porque todo el mundo opina de todos, acá son... mirá, vos hablas de fútbol, son todos técnicos, 42 (cuarenta y dos) millones de técnicos. Hablás de economía, 42 (cuarenta y dos) millones de economistas. Hablás de estas cosas, 42 (cuarenta y dos) millones de sociólogos, no sé qué interpretación se le dará. Y... no sé, escuchame, y hasta las iglesias, las distintas ideologías religiosas, tienen su gente que van a predicar tratando de ganar adeptos, ese es un interlocutor que reemplaza la publicidad, porque lo hace en forma personal para acoplar gente a su pensamiento. Es un negocio desde el punto de vista...

JG: Sí, también, también.

ES: Ahora yo en el mundo de los negocios te digo, es muy común porque los viajantes cobran, los representantes cobran, los gerentes cobran, todos vienen acá y todo el mundo sabe que cobran comisiones.

JG: Sí

ES: Además, en el sector de los viajantes está registrado eso, que cobran comisiones y figura en el convenio colectivo de trabajo...y es un lobbista el tipo...

JG: Sí...

ES: Lo que pasa es que acá cuando hablamos de lobbista nosotros estamos hablando de otra cosa...estamos hablando...

JG: Estamos ligándolo más al sector político...

ES: Así...en eso cada uno debe cumplir con su misión y con su función. En eso creo que las que tienen que hacer el lobby son las instituciones y no los hombres, porque concentrar un ingreso económico en hombres me parece que eso sería cuestión de estudiarlo o habría que ver...Otra cosa son los lobby institucionales, la Asociación Empresaria, La Bolsa...

JG: Claro que nuclea...

ES: Yo voy a hablar con algunos amigos para hacer lío para que no nos dejen de mandar guita para esto, para el Conicet de Rosario...

JG: Para el Conicet, claro.

ES: Claro...viste son cosas importantes y yo no tengo nada que ver con eso, pero me interesa porque está el futuro de mis nietos acá...

JG: Pero es como usted... usted cree entonces que sería mejor que sean instituciones en sí las que hagan lobby y por ahí no una persona...

ES: Los lobby de los requerimientos nacionales tienen que ser hechos por entidades representativas de los sectores populares, los sindicatos, las entidades gremiales empresarias, las vecinales, pero el lobbista único no sé...tendría que estudiarlo. Hoy me parecería que habría que verlo bien todavía... a lo mejor la Argentina no está para eso todavía porque pasarían directamente a ver si pueden ganarse unos mangos y se terminó. Entonces ya... me parece que lo mejor sería que el lobbista de los requerimientos sociales sea encarado por las entidades y las agremiaciones que tienen conocimiento de lo que piden y hacerlo en nombre del pueblo. Inclusive para la organización social viene bien, para que se arrime a la vecinal de nuevo, que llegue al club de barrio, esos son los verdaderos representantes de la gente en directo, pero... uno solo va en nombre del club a pedir ¿qué?, viste...ahí habría que ver. Tendría que ser como una especie de colegiación de entidades representativas...

JG: Claro, y ¿por qué cree usted que por ahí un ciudadano o una organización no gubernamental parecería que tiene el derecho a acceder o a influir en el sector político y ya si lo hace una empresa significa como que algo oculta o ...?

ES: Pero una empresa... es que no son intereses convergentes. La empresa va a buscar un negocio... la comunidad va a buscar requerimientos para el bacheo, para la iluminación, para vivir mejor en el barrio, para el agua, para... en fin, pide otras cosas, pide para el club del barrio. El otro está pidiendo para negocios, por eso es diferente...

JG: Pero que pida para negocios no significa que sea algo que está mal...

ES: No, y yo te estoy diciendo los viajantes, los representantes cobran todos y está en el contrato colectivo de trabajo. Y acaso fijate vos, la gestión interna de los negocios... en muchos negocios que le pagan comisión a los vendedores por mayor venta, quiere decir que le impulsan de alguna manera, no es lobbista, pero un intermediario. Capaz que va y busca alguno, va habla en los clubes, los trae para ver si les puede vender más camisetas, más vaqueros, más pantalones, va al club de rugby... "che mirá, hemos recibido una camiseta de rugby, venite que te vamos a vender" y cobran después el 1 % (uno por ciento), 1.5 (uno y medio) sobre el básico de convenio, y los viajantes igual. Ahora el viernes vienen los viajantes acá y sacamos la cuenta de lo que les debo porque vendieron... cada uno trae su fotocopia de la factura de lo que vendieron y ¿qué es lobbista comerciante?, es vendedor... porque me parece que hay que ver qué métodos toman, como no hay quién los castigue... porque no hay nada que los castigue, no hay ninguna ley nada, dice "y pero si no lo institucionaliza", y si existe... ¿qué querés que diga que eso no existe?, ¿eso no está o está?, dice "¿y qué más?", bueno pero está...

JG: Sí, está.

ES: Bueno, entonces tenemos que ponerlo dentro del paraguas y ¿cuál es el paraguas?, la ley.

JG: Sí, y...

ES: Yo a lo mejor... yo creo que vos lo vas a desentrañar a todo esto... porque no quiero que... yo no soy un especialista en esto, yo no estudié estas cosas, yo llegué acá... hicimos lobby nosotros cuando éramos jóvenes para traer la Facultad de Derecho a Rosario, éramos 15 (quince) o 20 (veinte) tipos, hacíamos cada quilombo... perdóname la grosería nena, íbamos a Santa Fe con 30 (treinta) centavos en el bolsillo en un ómnibus de parado, pagábamos un mango, íbamos con banderas, que se yo. Hacíamos unos líos bárbaros, fuimos a Buenos Aires que se yo, porque la Facultad de Derecho no estaba en Rosario y los santafesinos no la querían dar, había dos facultades que no daban, Ingeniería Química y Derecho. Llega Frondizi al gobierno, nosotros habíamos militado con Frondizi, Risieri Frondizi que fue rector de la Universidad Argentina, a pesar que era trotskista el tipo y no pensaba como su hermano, el hermano

lo dejó porque era un tipo muy inteligente. Efectivamente la universidad más floreciente de la Argentina fue la de la década del 60' (sesenta). Bueno, el tipo nos dio una mano, fuimos a Santa fe... que se yo, que se cuánto... y conseguimos que la facultad viniera a Rosario. No vino como facultad, vino como Escuela de Derecho primero, pero ahora es Facultad. ¿Qué hicimos?, un grupo de tipos y que... ¿me entendiste?

JG: Sí

ES: Representamos al sentir de un montón de gente que quería tener la facultad acá porque viajar a Santa Fe era una locura...

JG: Y sí...

ES: ¿Sabes lo que era ir 2 (dos) veces, 3 (tres) veces por semana a escuchar una hora de una materia, después rendirla libre...?, era un despelote. Además que no había derecho, si había más estudiantes en Rosario que de Santa Fe...

JG: Y sí...

ES: Bueno, al final la tenemos y acá está. Y de Ingeniería Química bueno, la tenemos por la Tecnológica y cuesta un Perú entrar allá en la otra, ¿no?

JG: Y ¿cree que al no estar regulado provoca situaciones que lo llevan a su marginalidad a la actividad?

ES: No, al revés... ¡ah sí!, sí...

JG: Claro como al no estar regulado...

ES: ¿El camino paralelo?

JG: Sí

ES: Claro, está obligado...

JG: Y sí...

ES: Y sí, si yo te digo que sí, lógicamente, lógicamente...

JG: ¿Cree que los medios de comunicación son gestores de lobby?

ES: ¿Gestores de la...?

JG: Gestores de lobby los medios de comunicación...

ES: Y lógico, son lobby.

JG: Sí...

ES: Son lobby, defienden determinados grupo de intereses. En la Argentina hay formaciones... no adjetivo a ninguna no sé... simplemente digo que son factor de poder aparte. Son lobby con mucho factor de poder, pero la opinión pública es decisiva, es decisiva... y está aquerenciada. Todas las... los que trabajan para los políticos, las consultoras, todas tienen su contacto lobbistico con los medios de prensa. Los medios

de prensa no es solamente la escrita, hoy la televisión tiene su importancia decisiva y la radio, en fin...

JG: Incluso hoy las redes sociales también...

ES: Las redes sociales. Bueno, las redes sociales equilibran las cargas porque por ejemplo factores, partidos de la izquierda que siempre son necesarios para equilibrar la responsabilidad, la ideología, es importante y que además es revolucionario, y además todos los chicos hasta los 20 (veinte), 21 (veintiún) años, todos somos incendiarios, a los 40 (cuarenta) ya empezamos a ser bomberos, ¿eh?

JG: Sí...

ES: Entonces eso te ayuda...y vos necesitas esa euforia, ese calor que da la juventud de los cambios revolucionarios para que las sociedades salgan de actitudes conservadoras y modifiquen la estructura de las cosas...y esa gente está llena de ensueños y la sociedad necesita ensueños, necesita pensar, soñar, todo lo que se sueña se logra si se labura ¿eh?...

JG: Sí, pero hay que laburar...

ES: Sí, laburar... pero yo tengo fe, yo tengo mucha fe que a pesar del malísimo momento que tenemos hoy acá en la Argentina, malísimo, no por la política porque hablo de malísimo momento por lo que significa la grieta...la división que hay en la sociedad.

Hoy La Capital me publicó...porque yo le hablé por teléfono para que no se olviden porque yo soy frondizista fanático, hago mal en decir pero Frondizi para mí...fijate lo que me ponen en voz baja... (Me hace leer una dedicatoria para él en la noticia en la que se conmemora la muerte de Frondizi)

(Cambia de tema, a modo de cierre de la entrevista) Yo pondero la gestión de lo que nosotros le llamamos un lobbista, la pondero... lo que sí quiero que quede claro que no es lo mismo el lobbista al que estamos acostumbrados nosotros los pueblos a los lobbistas que funcionan de acuerdo a las estructuras del mundo capitalista salvaje. Esos lobbistas que existen y están y son los que le han puesto el nombre realmente de los hoteles y demás, esos funcionan para concentrar el poder financiero. Está el lobbista internacional, que funciona al poder financiero y los lobbistas internacionales que trabajan para ese poder central en la periferia para evitar el desarrollo de estos pueblos y tenerlos siempre atados a su interés. Entonces son dos vertientes importantes, lo que sucede es que en los países periféricos y marginales están peleando por zafar y para zafar tienen que tener una clase dirigente que se piense en su industria, en su desarrollo

económico. Nosotros en Argentina estuvimos a punto en el año 60 (sesenta)... tratábamos con Canadá y con Rusia... ehh... con Canadá sí, bien digo ¿no?... estábamos con Canadá y con Japón, con un proceso de desarrollo hermoso...pero ¿qué pasa?, el lobbista labura, ese tipo de lobbista, estoy hablando de ese tipo... labura para que nosotros mantengamos la estructura de país periférico, y ¿qué hacen?, ellos te dan país periférico. Las grandes potencias tanto Estados Unidos como Alemania después de la guerra, ellos cuando crecen y arman el centro económico de su poder aconsejan a los demás a que hagan las políticas liberales...

JG: (Asiento con la cabeza)

ES: Pero ellos no las hicieron para ser grandes. Roosevelt cuando toma Estados Unidos con el proceso grandísimo de inflación, era invivible en el año 30 (treinta), lo llama a Keynes y le dice “¿qué hago con esto?”, dice “emití, emití...dale duro y parejo pero hace laburar a la gente, hace puentes, caminos, demás”. Eso es lo que hicieron, en 100 (cien) días cambiaron la vida de Estados Unidos y mirá vos... mal no le fue. En cambio esos te dicen ahora si vos les decís que vas a hacer eso... “no, no eso no se hace...”

JG: “Eso está mal...”

ES: “Eso está mal”, y mandan a los llobistas a generar las corrientes que hagan que el poder local juegue a favor de los intereses de ellos. Y ahí está la capa social que responde a esos intereses que son el 5% (cinco por ciento) o el 3% (tres por ciento) de la población argentina, de los cuales el 1% (uno por ciento) funciona en forma directa con esos poderes, ¿el resto?, el resto somos todos nosotros mamita que nos la tenemos que rebuscar como podemos...tenemos que hacer la... que se yo, la plancha...el otro el crol, el otro pecho... pero tenemos que flotar como podemos...

JG: Sí...

(Risas de ambos)

JG: Bueno, muchas gracias.

Anexo 6

Ordenanza N° 7.040 /2000



M. CONCEJO MUNICIPAL
ROSARIO
Dirección General de Despacho

LA MUNICIPALIDAD DE ROSARIO HA RESCINDIDO LA SIGUIENTE

ORDENANZA
(N° 7.040)

Honorable Concejo:

Vuestra Comisión de Gobierno, Interpretación y Acuerdos ha tomado en consideración los distintos proyectos presentados sobre el tema de Audiencia Pública, registrados mediante los siguientes números: 102.198-P-99 (Proyecto de Ordenanza de los concejales Giani y Rossi. Consagra y regula en el municipio de Rosario el Instituto de la Audiencia Pública); n° 106.253-P-00 (Proyecto de Ordenanza del concejal Lenti: Dispone entender por Audiencias Públicas a las reuniones convocadas a efectos de intercambiar información relacionada con proyectos de Ordenanzas o Resoluciones) y n° 107.020-C-00 (Concejala Adriana Taller eleva propuesta relacionada con Audiencia Pública).

Luego de un intenso debate en el que participaron los integrantes de la Comisión y autores de los respectivos proyectos se arribó a la redacción final con los siguientes fundamentos: "Visto: La importancia de generar en el Municipio de Rosario procedimientos institucionales que activen la participación ciudadana y contribuyan a perfeccionar la calidad de las decisiones que afectan el interés colectivo y Considerando: que la audiencia pública es un instituto moderno en el cual los asuntos del estado se someten a un imprescindible proceso de discusión y control. Que en ella los decisores públicos y cualquier persona preocupada por los destinos de su ciudad modelan un espacio de co-gestión que corresponde ser alentado. Que la crisis de representación que afecta al sistema político exige imaginar alternativas que reviertan este preocupante sintoma de vaciamiento democrático. Que resulta a esta altura evidente que votar representantes cada dos años es una práctica tan saludable como insuficiente, a la hora de configurar una democracia que se nutra de la permanente opinión ciudadana. Que la consulta a los involucrados frente a las cuestiones que más directamente les competen redundará en una superior calidad institucional del Municipio. Que mecanismos de tanta relevancia requieren de una apropiada reglamentación, a fin de garantizar su debida eficacia y transparencia".

Por todo lo expuesto la Comisión eleva para su aprobación el siguiente proyecto de:

ORDENANZA

Artículo 1°.- La presente Ordenanza consagra y regula en el Municipio de Rosario el Instituto de la Audiencia Pública. La Audiencia Pública constituye una instancia de participación en el proceso de toma de decisiones administrativas o legislativas, en el cual la autoridad responsable de la misma habilita un espacio institucional para que todos aquellos que puedan verse afectados o tengan un interés particular o sectorial expresen su opinión respecto de ella. El objetivo de esta instancia es que la autoridad responsable de tomar la decisión acceda a los distintos puntos de vista sobre el tema en forma simultánea y en condiciones de igualdad a través del contacto directo con los interesados.-

Art. 2°.- Se considerará participante en cualquier tipo de audiencia a toda persona física o jurídica con domicilio en la ciudad de Rosario que, invocando un derecho o interés simple, difuso o de incidencia colectiva, relacionado con la problemática objeto de la Audiencia, proceda a inscribirse en el Registro que deberá habilitar a tal efecto el Organismo de implementación correspondiente. También podrán participar instituciones que no pertenezcan al ámbito de la Municipalidad de Rosario, en tanto y en cuanto la autoridad convocante considere que se encuentran directamente afectadas por el tema en tratamiento.-

Art. 3°.- Las personas jurídicas participan por medio de sus representantes legales o un apoderado, previa acreditación con copia certificada de la designación o mandato.-

Art. 4°.- Las objeciones, opiniones y disposiciones expresadas y resueltas durante la Audiencia, no tendrán carácter vinculante.-

Dr. JUAN LEBORGNE FIN
Secretario del Parlamento
R. Concejo Municipal



CONVOCATORIA

Art. 5°.- Las Audiencias Públicas podrán ser convocadas por el Departamento Ejecutivo, el Honorable Concejo Municipal o a solicitud de una cantidad de ciudadanos, siguiendo los criterios que fija la presente ordenanza.

Art. 6°.- Convocada una Audiencia Pública por cualquiera de los mecanismos previstos en la presente ordenanza, el proyecto que la motiva no podrá avanzar en su implementación ni elaborarse dictamen de Comisión al respecto, hasta tanto el expediente quede completado con las exposiciones de la Audiencia, salvo que se decida su tratamiento por la mayoría especial requerida en el Reglamento Interno de Honorable Concejo Municipal para asuntos sobre tablas, y hasta el día de realización de la Audiencia.

Art. 7°.- Las convocatorias que realicen tanto el Ejecutivo como el Legislativo deberán respetar las incumbencias específicas que les fija a cada uno la Ley Orgánica de Municipalidades.

Art. 8°.- El Departamento Ejecutivo convocará a Audiencia Pública mediante Decreto, señalando el área del gobierno que tendrá a su cargo la decisión respecto del motivo de la Audiencia.

Art. 9°.- El Intendente Municipal es la autoridad convocante y preside la Audiencia Pública en estos casos, pudiendo depositar esa atribución en un miembro de su gabinete. Resultará asimismo obligatoria la presencia de los funcionarios del Departamento Ejecutivo que posean incumbencia para resolver en razón del objeto de la Audiencia Pública.

Art. 10°.- El organismo habilitado para garantizar la convocatoria, la organización y el desarrollo de este tipo de Audiencias será la Secretaría de Gobierno de la Municipalidad de Rosario y/o la Secretaría que el Departamento Ejecutivo determine según la materia en tratamiento.

Art. 11°.- El Honorable Concejo Municipal podrá convocar a Audiencia Pública mediante resolución del Cuerpo, adoptada por la mayoría absoluta de la totalidad de sus miembros.

Art. 12°.- El Presidente de Cuerpo es la autoridad convocante y preside la Audiencia Pública, quedando asimismo bajo su responsabilidad la convocatoria, la organización y el desarrollo de este tipo de Audiencia.

Art. 13°.- Resultará obligatoria la presencia en las mismas de todos los Presidentes de Comisión del Honorable Concejo Municipal; como así también de todos los miembros de aquella/s comisión/es a cuya incumbencia pertenezca el tema en cuestión.

Art. 14°.- Las Audiencias Públicas por solicitud ciudadana podrán convocarse cuando así lo requiera el 0,5% de los electores del último padrón electoral de la ciudad, debiendo los interesados especificar con precisión el tema que se pretende poner a discusión.

Art. 15°.- El Presidente del Honorable Concejo Municipal y la Secretaría de Gobierno de la Municipalidad de Rosario tendrán a su cargo la constatación de la autenticidad de las firmas presentadas, según el mecanismo que ambas consideren más apropiado, como así también todo lo atinente a la convocatoria, la organización y el desarrollo de este tipo de audiencias.

Art. 16°.- Las Audiencias Públicas convocadas por solicitud ciudadana serán presididas por el Intendente Municipal o por quien éste designe en su reemplazo.

Art. 17°.- El o los convocantes de la Audiencia Pública abrirán un registro que estará disponible en sitios que comunicará debidamente durante el tiempo de la convocatoria, a los efectos de que en él se inscriban los interesados en realizar alguna exposición relacionada con el proyecto de referencia.

Art. 18°.- El Registro se habilita con una antelación no menor a los veinte (20) días previstos para la celebración de la Audiencia y cierra setenta y dos (72) horas antes de la realización de la misma. La inscripción será libre y gratuita.

Art. 19°.- El organismo de implementación debe poner a disposición de los participantes del público en general, cuarenta y ocho (48) horas antes de la realización de la Audiencia Pública, el orden del día. El mismo debe incluir:

- a) nómina de los participantes y expositores registrados que harán uso de la palabra durante su desarrollo.
- b) el orden de las exposiciones.


Dr. JUAN LEANDRUPIR
Secretario Gen. Parlamentario
M. Concejo Municipal



R. CONCEJO MUNICIPAL
ROZARAO
Dirección General de Despacho



c) el nombre y cargo de quien presida y coordine la Audiencia.

Art. 20°.- La autoridad convocante podrá por sí, o a pedido de alguno de los participantes, invitar a testigos y expertos, nacionales o extranjeros, a exponer en la Audiencia Pública, a fin de aportar datos e elementos que faciliten la comprensión del tema a abordarse.

Art. 21°.- La convocatoria a Audiencia Pública deberá realizarse con una anticipación de 30 (treinta) días a la fecha prevista para su realización, debiendo el convocante responsabilizarse de su difusión, tanto de la fecha, hora y lugar de la realización, como del tema que la motiva, a través de todos los medios de comunicación que considere necesario.

Art. 22°.- La resolución disponiendo de la Convocatoria a Audiencia Pública deberá contener sintéticamente la siguiente información:

- a) Lugar de celebración.
- b) Fecha y hora.
- c) Orden del día.
- d) Breve resumen del asunto a tratar.
- e) Lugar donde pueda acudirse a obtener una copia del Proyecto objeto de discusión
- f) Lugar, teléfono, correo electrónico y plazo para solicitar la intervención oral durante la Audiencia Pública.
- g) Lugar, teléfono, correo electrónico y plazo para solicitar la intervención oral de peritos y testigos, durante la Audiencia Pública en representación de personas participantes del público.
- h) Tiempo de duración de las exposiciones.
- i) Especificación de la autoridad convocante.
- j) Sitios donde se habilitará el Registro para la inscripción de participantes.

Art. 23°.- El proyecto que motive la convocatoria deberá estar al alcance de cualquier interesado en sitios claramente identificados, así como en la sede del Concejo Municipal y eventualmente en otras dependencias municipales vinculadas al proyecto, para su lectura y consulta. Los costos de la misma serán a cargo del interesado.

Art. 24°.- Con la convocatoria se inicia un expediente que contendrá las actuaciones labradas en las etapas previas a la Audiencia, la constancia de publicidad de su convocatoria, los antecedentes y/o expedientes de los organismos competentes, estudios, dictámenes y propuestas que hubieran aportado los técnicos consultados y los participantes. Dicho expediente podrá ser consultado por la ciudadanía en la sede del organismo de implementación.

FUNCIONAMIENTO


Art. 25°.- El organismo de implementación deberá disponer un espacio físico adecuado, con capacidad satisfactoria para el público y la prensa, procurando a su vez que los mismos resulten sitios de fácil acceso, a los efectos de facilitar una mayor participación ciudadana.

Art. 26°.- La Audiencia Pública, aún si tuviera que pasar a cuarto intermedio debido a la cantidad de participantes inscriptos, nunca podrá extenderse en el tiempo más de una semana desde la fecha fijada para su celebración.

Art. 27°.- Son funciones del Presidente de la Audiencia:

- a) designar al Secretario que lo asista.
- b) autorizar o denegar la solicitud de intervención de un expositor no registrado.
- c) decidir sobre la pertinencia de las preguntas formuladas.
- d) disponer la interrupción, suspensión o postergación, reapertura o continuación de la sesión cuando lo considere conveniente, de oficio o a petición de algún participante.
- e) ordenar el desalojo de la sala y la asistencia de la fuerza pública cuando las circunstancias así lo requieran.

Art. 28°.- El orden, la oportunidad y la extensión de las intervenciones que produzcan los participantes serán supervisados por la autoridad que presida la Audiencia, correspondiéndole garantizar estricta ecuanimidad e igualdad de oportunidades en el desarrollo de la misma.


Sr. JUAN LEONARDO PIN
Secretario del Parlamento
R. Concejo Municipal



H. CONCEJO MUNICIPAL
ROSARIO
Dirección General de Despacho



Art. 29º.- El público estará compuesto por todas aquellas personas que concurren a la Audiencia, sin inscripción previa, pudiendo las mismas intervenir mediante la formulación de una o más preguntas por escrito, previa autorización del Presidente de la Audiencia.

Art. 30º.- Todas las intervenciones tendrán que ser registradas en forma taquigráfica y/o audiovisual, para luego editarse y ser incorporadas al expediente. Las mismas quedarán asimismo a disposición de quien desee consultarla.

Art. 31º.- Una vez finalizada la Audiencia Pública, la información y opiniones de ella resultantes deberán ser entregadas a la Presidencia del Concejo Municipal o al Intendente, según quien fuera la entidad convocante, quien deberá incorporarla al expediente en tratamiento.

Art. 32º.- Comuníquese a la Intendencia con sus considerandos, publíquese y agréguese al D.M. Sala de sesiones, 10 de agosto de 2000.-

H.M.
REALIZÓ
<i>[Signature]</i>
COPIÓ

Dr. JUAN LEONARDO PIN
Secretario Genl. Parlamentario
CONCEJO MUNICIPAL DE ROSARIO



[Signature]
PABLO ANDRÉS CRIVELLI
PRESIDENTE
CONCEJO MUNICIPAL DE ROSARIO

ENTREGADO
DIR. DE GOBIERNO
COPIA
RECIBIDO

Expte. N° 102.198-P-2000-H.C.M.

Expte. n° 33520-C-2000

fs. 05

ROSARIO, 27 SET. 2000

Habiendo quedado firme por imperio de la ley 2.756, la Ordenanza n° 7040, sancionada por el Honorable Concejo Municipal con fecha 10 de agosto del 2000, cúmplase, comuníquese, publíquese en el Boletín Oficial y dese a la Dirección General de Gobierno.-

Dr. ANTONIO J. ROSSI
Intendente Municipal
Rosario



Dr. JUAN LEONARDO PIN
Secretario General
Municipal

Anexo 7

Decreto 1172/2003: Anexo III

ANEXO III

REGLAMENTO GENERAL PARA LA PUBLICIDAD DE LA GESTIÓN DE INTERESES EN EL ÁMBITO DEL PODER EJECUTIVO NACIONAL

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1º — OBJETO

La publicidad de la Gestión de Intereses en el ámbito del Poder Ejecutivo Nacional se rige por el presente Reglamento.

ARTÍCULO 2º — DESCRIPCIÓN

Se entiende por Gestión de Intereses a los fines del presente, toda actividad desarrollada —en modalidad de audiencia— por personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, por sí o en representación de terceros —con o sin fines de lucro— cuyo objeto consista en influir en el ejercicio de cualquiera de las funciones y/o decisiones de los organismos, entidades, empresas, sociedades, dependencias y de todo otro ente que funcione bajo la jurisdicción del Poder Ejecutivo Nacional.

ARTÍCULO 3º — OBLIGATORIEDAD

Los funcionarios del Poder Ejecutivo Nacional mencionados en el artículo 4º están obligados a registrar toda audiencia cuyo objeto consista en las actividades definidas en el artículo 2º. A tal efecto debe preverse la creación de un Registro de Audiencias de Gestión de Intereses, conforme a las pautas determinadas por los artículos 5º y 6º.

ARTÍCULO 4º — SUJETOS OBLIGADOS

Se encuentran obligados a registrar las Audiencias de Gestión de Intereses, los siguientes funcionarios:

- a) Presidente de la Nación;
- b) Vicepresidente de la Nación;
- c) Jefe de Gabinete de Ministros;
- d) Ministros;
- e) Secretarios y Subsecretarios;

f) Interventores Federales;

g) Autoridades superiores de los organismos, entidades, empresas, sociedades, dependencias y todo otro ente que funcione bajo la jurisdicción del PODER EJECUTIVO NACIONAL;

h) Agentes públicos con función ejecutiva cuya categoría sea equivalente a Director General.

Cuando la solicitud de audiencia sea dirigida a un funcionario que dependa jerárquicamente y que cumpla funciones de dirección, asesoramiento, elaboración de proyectos o que tenga capacidad de influir en las decisiones de los sujetos enumerados en el presente artículo, debe comunicar tal requerimiento por escrito al superior obligado, en un plazo no mayor de CINCO (5) días a efectos de que éste proceda a su registro.

ARTÍCULO 5º — REGISTRO

Cada una de las personas y/o entidades enumeradas en el artículo 2º debe implementar su propio Registro de Audiencias de Gestión de Intereses conforme al modelo que, como Anexo IV, forma parte de la medida.

ARTÍCULO 6º — CONTENIDO

Los registros deben contener:

- a) solicitudes de audiencias;
- b) datos del solicitante;
- c) intereses que se invocan;
- d) participantes de la audiencia;
- e) lugar, fecha, hora y objeto de la reunión;
- f) síntesis del contenido de la audiencia;
- g) constancias de las audiencias efectivamente realizadas.

ARTICULO 7º – PUBLICIDAD

La información contenida en los Registros de Audiencias de Gestión de Intereses tiene carácter público, debiéndose adoptar los recaudos necesarios a fin de garantizar su libre acceso, actualización diaria y difusión a través de la página de Internet del área respectiva.

ARTICULO 8º – EXCEPCIONES

Se exceptúa a los funcionarios mencionados en el artículo 4º de la obligación prevista en el artículo 3º en los siguientes casos:

- cuando el tema objeto de la audiencia hubiera sido expresamente calificado por Decreto del PODER EJECUTIVO NACIONAL o por Ley del HONORABLE CONGRESO DE LA NACION, como información reservada o secreta;
- cuando se trate de una presentación escrita de impugnación o de reclamo que se incorpore a un expediente administrativo.

ARTICULO 9º – LEGITIMACION

Toda persona física o jurídica, pública o privada, se encuentra legitimada para exigir administrativa o judicialmente el cumplimiento de la presente norma.

ARTICULO 10. – SANCIONES

Los funcionarios mencionados en el artículo 4º que incumplan con las obligaciones estipuladas en el presente incurrirán en falta grave, sin perjuicio de las responsabilidades que pudieran caberles conforme lo previsto en los Códigos Civil y Penal de la Nación.

ARTICULO 11. – AUTORIDAD DE APLICACION

La Autoridad de Aplicación del presente Reglamento es la SUBSECRETARIA PARA LA REFORMA INSTITUCIONAL Y FORTALECIMIENTO DE LA DEMOCRACIA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, quien tendrá a su cargo verificar y exigir el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el mismo.

ARTICULO 12. – DENUNCIAS

La Oficina Anticorrupción del Ministerio de Justicia, Seguridad y Derechos Humanos es el organismo encargado de recibir, formular e informar a las autoridades responsables las denuncias que se formulen en relación con el incumplimiento del presente régimen.

ANEXO IV

FORMULARIO DE REGISTRO DE AUDIENCIAS DE GESTION DE INTERESES

FECHA DE SOLICITUD	DATOS DEL SOLICITANTE ¹	INTERES INVOCADO ¹	DATOS DEL REPRESENTADO	FECHA DE LA AUDIENCIA	HORA DE LA AUDIENCIA	LUGAR DE LA AUDIENCIA	OBJETO DE LA AUDIENCIA	PARTICIPANTES DE LA AUDIENCIA	AUDIENCIA REALIZADA ¹ / NO REALIZADA ¹	SINOPSIS DE LA AUDIENCIA

1 Consignar como mínimo: nombre o razón social, domicilio, teléfono, DNI, CUIT.

2 Consignar si se invoca un Interés Propio, Colectivo o Difuso o si se actúa en representación de Persona física o jurídica.

3 Consignar si se realizó o no la Audiencia y, en este último caso, las razones de su cancelación, postergación y/o suspensión.

Acceso a la Información Pública

Apruébense los Reglamentos Generales de Audiencias Públicas para el Poder Ejecutivo Nacional, para la Publicidad de la Gestión de Intereses en el ámbito del Poder Ejecutivo Nacional, para la Elaboración Participativa de Normas, del Acceso a la Información Pública para el Poder Ejecutivo Nacional y de Reuniones Abiertas de los Entes Reguladores de los Servicios Públicos, Formularios de inscripciones, registro y presentación de opiniones y propuestas. Establécese el acceso libre y gratuito vía Internet a la edición diaria del Boletín Oficial de la República Argentina.

En su Anexo III, Reglamento General para la Publicidad de la Gestión de Intereses en el ámbito del Poder Ejecutivo Nacional, Capítulo I, Disposiciones Generales, establece:

ARTÍCULO 1º — OBJETO

La publicidad de la Gestión de Intereses en el ámbito del Poder Ejecutivo Nacional se rige por el presente Reglamento.

ARTÍCULO 2° — DESCRIPCIÓN

Se entiende por Gestión de Intereses a los fines del presente, toda actividad desarrollada —en modalidad de audiencia— por personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, por sí o en representación de terceros —con o sin fines de lucro— cuyo objeto consista en influir en el ejercicio de cualquiera de las funciones y/o decisiones de los organismos, entidades, empresas, sociedades, dependencias y de todo otro ente que funcione bajo la jurisdicción del Poder Ejecutivo Nacional.

ARTÍCULO 3° — OBLIGATORIEDAD

Los funcionarios del Poder Ejecutivo Nacional mencionados en el artículo 4° están obligados a registrar toda audiencia cuyo objeto consista en las actividades definidas en el artículo 2°. A tal efecto debe preverse la creación de un Registro de Audiencias de Gestión de Intereses, conforme a las pautas determinadas por los artículos 5° y 6°.

ARTÍCULO 4° — SUJETOS OBLIGADOS

Se encuentran obligados a registrar las Audiencias de Gestión de Intereses, los siguientes funcionarios:

- a) Presidente de la Nación;
- b) Vicepresidente de la Nación;
- c) Jefe de Gabinete de Ministros;
- d) Ministros;
- e) Secretarios y Subsecretarios;
- f) Interventores Federales;
- g) Autoridades superiores de los organismos, entidades, empresas, sociedades, dependencias y todo otro ente que funcione bajo la jurisdicción del PODER EJECUTIVO NACIONAL;
- h) Agentes públicos con función ejecutiva cuya categoría sea equivalente a Director General.

Cuando la solicitud de audiencia sea dirigida a un funcionario que dependa jerárquicamente y que cumpla funciones de dirección, asesoramiento, elaboración de proyectos o que tenga capacidad de influir en las decisiones de los sujetos enumerados en el presente artículo, debe comunicar tal requerimiento por escrito al superior

obligado, en un plazo no mayor de CINCO (5) días a efectos de que éste proceda a su registro.

ARTÍCULO 5º — REGISTRO

Cada una de las personas y/o entidades enumeradas en el artículo 2º debe implementar su propio Registro de Audiencias de Gestión de Intereses conforme al modelo que, como Anexo IV, forma parte de la medida.

ARTÍCULO 6º — CONTENIDO

Los registros deben contener:

- a) solicitudes de audiencias;
- b) datos del solicitante;
- c) intereses que se invocan;
- d) participantes de la audiencia;
- e) lugar, fecha, hora y objeto de la reunión;
- f) síntesis del contenido de la audiencia;
- g) constancias de las audiencias efectivamente realizadas.

ARTÍCULO 7º — PUBLICIDAD

La información contenida en los Registros de Audiencias de Gestión de Intereses tiene carácter público, debiéndose adoptar los recaudos necesarios a fin de garantizar su libre acceso, actualización diaria y difusión a través de la página de Internet del área respectiva.

ARTÍCULO 8º — EXCEPCIONES

Se exceptúa a los funcionarios mencionados en el artículo 4º de la obligación prevista en el artículo 3º en los siguientes casos:

- a) cuando el tema objeto de la audiencia hubiera sido expresamente calificado por Decreto del PODER EJECUTIVO NACIONAL o por Ley del HONORABLE CONGRESO DE LA NACIÓN, como información reservada o secreta;
- b) cuando se trate de una presentación escrita de impugnación o de reclamo que se incorpore a un expediente administrativo.

ARTÍCULO 9º — LEGITIMACIÓN

Toda persona física o jurídica, pública o privada, se encuentra legitimada para exigir administrativa o judicialmente el cumplimiento de la presente norma.

ARTÍCULO 10. — SANCIONES

Los funcionarios mencionados en el artículo 4º que incumplan con las obligaciones estipuladas en el presente incurrirán en falta grave, sin perjuicio de las

responsabilidades que pudieran caberles conforme lo previsto en los Códigos Civil y Penal de la Nación.

ARTÍCULO 11. — AUTORIDAD DE APLICACIÓN

La Autoridad de Aplicación del presente Reglamento es la SUBSECRETARIA PARA LA REFORMA INSTITUCIONAL Y FORTALECIMIENTO DE LA DEMOCRACIA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, quien tendrá a su cargo verificar y exigir el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el mismo.

ARTÍCULO 12. — DENUNCIAS

La Oficina Anticorrupción del Ministerio de Justicia, Seguridad y Derechos Humanos es el organismo encargado de recibir, formular e informar a las autoridades responsables las denuncias que se formulen en relación con el incumplimiento del presente régimen.

Anexo 8

Casos de lobby

Caso: Descanso Dominical

Fuente: Diario La Capital de Rosario, edición del miércoles 02 de marzo de 2016.

Disponible en <http://www.lacapital.com.ar/fuerte-lobby-empresario-contra-el-descanso-dominical-n497720.html>

“Fuerte lobby empresario contra el descanso dominical”

Referentes empresarios estuvieron ayer en el Concejo y alertaron a los ediles que si se aplica la norma provincial habrá pérdida de empleo y de ingresos económicos.

Las instituciones empresarias más importantes de Rosario hicieron ayer en el Concejo un fuerte lobby contra la adhesión local a la ley provincial de descanso dominical. Se trata del último paso legislativo que requiere la norma para que los comercios no abran los domingos en la ciudad. Los referentes patronales acudieron a la comisión de Gobierno, donde alertaron sobre la pérdida de puestos de trabajo y la baja de los ingresos si la iniciativa avanza. Y exigieron a los ediles que, antes de tomar cualquier decisión, encarguen un estudio de impacto socio económico a la UNR.

La presencia de los empresarios se sumó a otra acción gremial efectuada durante el receso que tuvo alto impacto político en el Palacio Vasallo: una nota enviada a cada uno de los 28 ediles donde las entidades se pronunciaron en duros términos contra la iniciativa y reclamaron medidas antes de su implementación.

“Mucho tememos a la pérdida de puestos de trabajo, no sólo en la rama de empleados de comercio sino en otras actividades que se estimulan con la actividad en los días domingos y feriados (si se aprueba la adhesión)”, señalaron en la misiva firmada por el Foro Regional Rosario, Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica, Fundación Libertad, Fundación Apertura, Grupo Trascender y el Rosario Visitors Bureau.

“Estamos viviendo —continuaron— tiempos difíciles, con una gran desaceleración de la economía y ello se traduce directamente en baja de la empleabilidad. Muchas familias encuentran su fuente de ingresos en torno al comercio dominical y de feriados, de manera directa e indirecta. Medidas de esta naturaleza pueden derivar en el aumento de las problemáticas sociales”.

Según las instituciones, “los megasupermercados, claro objetivo de este proyecto, al no tener que cubrir un franco semanal, puesto que cerraran sus puertas los domingos, se desharán del personal asignado a esos efectos”.

En ese marco, exigieron “previo a cualquier decisión que adopte el Concejo, que se requiera a la Universidad un estudio técnico y profundo acerca del eventual impacto socioeconómico del proyecto”.

Ayer en la comisión de Gobierno, el titular de la Federación Gremial, Edgardo Moschitta, destacó el “impacto” que la adhesión a la ley de descanso dominical tendría en “locales grandes y shoppings” y aludió al efecto que ello provocará en “los costos fijos de las unidades de negocios” que se encuentran en los centros comerciales.

Para Moschitta, “el beneficio (de la ley) recae en muy poca gente” y advirtió sobre el impacto salarial de la norma, ya que “quienes trabajan los domingos” reciben 8 sueldos semanales y pasarán a cobrar 6, con lo que estimó que “la masa salarial será menor un 25 por ciento”.

La secretaria Ejecutiva del Foro Regional Rosario, Selva Raggio, solicitó que se efectúe una consulta a los empleados mercantiles, “fuera del ámbito laboral y sindical” para conocer su real opinión.

La gerenta de la Asociación Empresaria Hotelero Gastronómica, María Polito, destacó el crecimiento que tuvo la ciudad en plazas hoteleras en los últimos años, que ya supera las 10 mil camas. Y resaltó que un elemento que contribuye a potenciar el turismo son los shoppings.

Desde la Fundación Ciudad de Rosario, Carlos Cristini mencionó que “entre el 60 y el 70 por ciento del costo de los servicios de limpieza y seguridad de los shoppings

son financiados por los supermercados, con lo cual si éstos cierran, los shoppings cerrarán y también los comercios unipersonales que allí funcionan”.

La concejala Carola Nin fue una de las primeras edilas que ya contestó la dura misiva enviada por los empresarios al Palacio Vasallo, contra el descanso dominical. Nin, integrante del bloque Compromiso por Rosario adelantó su voto a favor de la adhesión local de la norma sancionada por la Legislatura para aportar desde la ciudad hacia “un capitalismo más humanizado, que disminuya las enormes brechas entre los propios rosarinos”.

Caso: **UBER**

Fuente: Sitio web Rosario3.com, martes 29 de marzo de 2016. Disponible en <https://www.rosario3.com/noticias/Que-es-Uber-el-sistema-al-que-le-temen-los-taxistas-rosarinos-20160329-0034.html>

“Qué es Uber, el sistema al que le temen los taxistas rosarinos”

La aplicación digital que conecta usuarios con conductores particulares aún no funciona en el país pero ya generó una intensa polémica a nivel nacional, e incluso se organizó una movilización en contra para el 6 de mayo. De qué se trata esta plataforma de la que todos hablan.

Que Uber de acá, que Uber de allá. La palabra es leída y escuchada miles de veces en los medios de comunicación y en las redes sociales, en los que se refleja la gran polémica que genera su posible puesta en marcha entre los diferentes sectores de taxistas a nivel nacional. Tal es la indignación de los conductores que ya lanzaron una medida de protesta para el 6 de mayo en todo el país. Pero ¿de qué se trata?

Uber es una aplicación digital para descargar en celulares que conecta a personas que quieran viajar a algún destino con conductores particulares que se ofrezcan a llevarlos. El usuario debe descargar la aplicación, registrarse, indicar dónde está, dónde quiere ir y esperar por el vehículo.

El servicio aprovecha las funciones de geolocalización, conectividad y GPS del teléfono móvil para lograr la conexión entre pasajeros. Al indicar el punto de partida y llegada, el pasajero puede conocer el costo estimado y, si decide tomar el viaje, el sistema le asigna el chofer más cercano.

Las indicaciones vertidas en el sitio oficial son las siguientes: “Selecciona tu viaje y establece tu ubicación. Verás la foto de tu conductor y detalles del vehículo, y podrás hacer seguimiento de su llegada en el mapa. Cuando llegues a tu destino,

simplemente sal del auto. Cargaremos el costo automáticamente a la tarjeta de crédito asociada. Y no es necesario dar propina. Califica a tu conductor y envíanos comentarios anónimos acerca de tu viaje. Tus comentarios nos ayudan a lograr que cada viaje sea una experiencia de 5 estrellas”.

Uber fue creada en 2009 y ya funciona en localidades de Estados Unidos, Europa, Medio Oriente y América Latina. En algunas ciudades, como París y Montevideo, el servicio enfrentó la resistencia de los sindicatos de taxistas, que lo consideran competencia desleal.

Recientemente abrió el registro para conductores en Buenos Aires. En tan sólo 24 horas, ya se inscribieron más de 5.000 socios potenciales a la plataforma, según confirmó Rocío Paniagua, gerente de Comunicaciones de la empresa en la región. El jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Horacio Rodríguez Larreta, adelantó que para habilitar su funcionamiento le exigirán los mismos requisitos que a las empresas de taxis o remises.

En tanto, desde el gobierno rosarino, la secretaria de Transporte y Movilidad municipal, Mónica Alvarado también puso paños fríos y llamó al debate en el Concejo. En diálogo con Radiópolis (Radio 2), remarcó que Uber “es un sistema de alquiler de autos desregulado y para nosotros todo sistema de alquiler de autos tiene que ser público y regulado”. También recordó que en nuestra ciudad tanto conductores como vehículos deben estar habilitados por la Municipalidad de Rosario para trasladar pasajeros.

Desde el Concejo, el edil radical Sebastián Chale, reflexionó: “Las nuevas aplicaciones han revolucionado el servicio. Y si bien Uber hoy no se enmarca en la legislación vigente, gana adhesión por las deficiencias del sistema de taxis. Hay que analizar incorporar al servicio aquellos aspectos diferenciales que plantean estas aplicaciones”.

“El sistema de coches de alquiler en nuestro país es un servicio público impropio, es decir, funciona a partir de licencias que otorga el Estado, permitiendo así controlar frecuencia, calidad, funcionamiento de servicio, etc. Uber rompe con esta esencia de servicio público y pasa a la esfera de lo privado, conectando oferta y demanda sin intervención de ningún tipo de regulación. Esto representa la pérdida de posibilidad de control sobre el funcionamiento del sistema”, estimó Chale y agregó: “el transporte de pasajeros es un servicio público, por eso estas empresas no pueden operar sin que el Estado las habilite”.

En tanto, los representantes de los distintos sectores de taxistas se oponen con firmeza al desarrollo de esta plataforma en Rosario. Aducen que su implementación implicará una merma en su trabajo y hasta sostienen que puede afectar el uso del sistema de transporte público en general.

Caso: Puerto Norte, Ciudad Ribera

Fuente: Sitio web Rosarioplus, lunes 25 de julio de 2016. Disponible en <http://www.rosarioplus.com/ensacoycorbata/Polémica-por-la-urbanizacion-de-los-terrenos-en-Puerto-Norte-20160725-0012.html>

“Polémica por la urbanización de los terrenos en Puerto Norte”

La Agencia de Administración de Bienes del Estado (AABE) y la Municipalidad de Rosario, firmaron un convenio para la urbanización de los terrenos ubicados en la denominada Unidad de Gestión N° 3 dentro del área de Puerto Norte. El acuerdo generó críticas desde la oposición, que denunciaron una "obsesión por el desalojo de 70 familias".

"Queremos que se lleve adelante otro tipo de desarrollo en el lugar", manifestó el concejal del bloque del Partido Justicialista (FPV), Eduardo Toniolli, en diálogo con Sí 98.9. "Se puede llevar adelante un proyecto donde se urbanice la zona, donde viven 70 familias, varias desde hace tres décadas", agregó el edil.

Además, el secretario general del PJ rosarino solicitó que se respete "el uso productivo de la empresa recuperada Linares Trechel", que funciona en el barrio, y que se garantice el uso público de las hectáreas que no sean urbanizadas.

"Hay una obsesión por el desalojo de las 70 familias, y es por el deseo de valorizar el precio de esas tierras", señaló el concejal y aclaró: "Hay un interés por desplazar a los vecinos y hacer viviendas sociales en otros lados".

Por su parte, el presidente del bloque de concejales de Unión Pro, Alejandro Roselló, explicó que el convenio tiene como objetivo "la reconversión de tierras aptas para urbanizar y que pertenecen al Estado Nacional".

El edil señaló que los "terrenos abandonados representan un problema para la ciudad de Rosario". "Sabemos que hay un proceso judicial que deberá resolverse para poder llevar adelante la implementación del plan urbanístico. Sin embargo, la firma de este convenio es un paso adelante para comenzar a destrabar el conflicto", aclaró.

Acerca de la situación de las familias asentadas en la zona, el legislador expresó: "El destino de las personas que actualmente viven en el lugar, es para nosotros un tema

prioritario. Según relevamientos municipales, hay unas 70 familias radicadas de manera irregular en esa zona”. “A esas familias queremos transmitirles el compromiso de trabajar en forma coordinada, entre Nación y municipio, en pos de brindarles una solución habitacional que les garantice vivir en mejores condiciones”, afirmó Roselló.

Caso: **Bolsitas de polietileno**

Fuente: Diario El Ciudadano, lunes 15 de febrero de 2016. Disponible en <http://www.elciudadanoweb.com/el-fin-de-las-bolsas-plasticas/>

“A un mes y medio del fin de las bolsas plásticas”

A un mes y medio de lo que será un auténtico cambio en las costumbres de los consumidores, la Cámara de Supermercados y Autoservicios de la Región (Casar) –con el apoyo de la Subsecretaría de Medio Ambiente del municipio– continúa avanzando con su campaña de entrega de bolsas de tela para las compras, recordando que a partir del 1º de abril no se entregarán más las de plástico “tipo camiseta”.

Con la cuenta regresiva en marcha, informaron que ya se entregaron más de 1.500, entre campañas en la calle y en las propias filas de caja y que con el comienzo de las clases se realizará una movida en las escuelas junto al Taller Ecologista para concientizar a los chicos y sean éstos quienes vayan informando de los cambios que se vienen a la hora de hacer las compras a los “más grandes”.

La gerenta de Casar, Verónica Solmi, recordó que la campaña llamada “Al súper con mi bolsa” comenzó en diciembre del año pasado. “Firmamos un acuerdo entre todos los supermercados, tanto las cadenas locales como las internacionales y lo pusimos en comunicación. Se están entregando gratuitamente con las compras las bolsas de tela, se están haciendo campañas, hicimos actividades en la Calle Recreativa y ahora con el inicio de clases vamos a hacer actividades con el Taller Ecologista y entregar bolsas en las escuelas como una cuestión de que los niños son los mejores transmisores de este tema para que vayan tomando conciencia en sus casas”, afirmó.

“En marzo vamos a arrancar muy fuerte con la entrega de bolsas, siempre gratuita, de telas, ya que a partir del 1º de abril no se van a entregar más bolsas plásticas en la línea de cajas”, siguió.

Desde la asociación recordaron que lo que se busca con esta campaña no es que la gente pague las bolsas de tela sino que tengan provisión suficiente para cuando no se entreguen más las de plástico. “La bolsa no se cobra, cuando uno pasa se regala con la compra, no se cobra, cuando vos pasás por la caja te la regalan. Nosotros regalamos más

de 1.500 bolas y vamos a regalar muchísimas más en la Calle Recreativa sin siquiera cobrar un peso”, explicó Solmi.

En este marco, recordó que desde el 1º de abril los supermercados decidieron directamente no entregar más bolsas de plástico y que las de tela estarán disponibles para ser compradas.

Con respecto al pedido realizado la semana pasada por el presidente Mauricio Macri para que los supermercadistas publiquen en Internet los precios de los artículos que venden para que los consumidores puedan “chequear” dónde se encuentran los mejores precios, la gerenta de Casar destacó que “estas medidas siempre ayudan” para luego aclarar que “habrá que ver qué es lo que se carga”.

“Nosotros venimos diciendo como siempre que no somos formadores de precios. Como se sabe, no representamos a las grandes cadenas de supermercados internacionales o alguna nacional sino a las cadenas y supermercados de capitales locales. Nosotros no tenemos ninguna comunicación que nuestros precios vayan a estar ahí, por lo tanto creemos que van a servir de referencia”, añadió.

La referente de los supermercadistas locales destacó que “lo fundamental que hay que decir es que no es lo mismo el precio al que compra a un proveedor una gran cadena que el precio al que lo hace un supermercado o una cadena local”. “El poder de lobby es mucho mayor en una gran cadena. No es lo mismo las bonificaciones que le hace una primera marca a una gran cadena que a un supermercado local con dos bocas de expendio, por ejemplo”, indicó.

“Igualmente lo que vemos es que tenemos mejores precios que algunas grandes cadenas. Obviamente ellos tienen otro poder de persuasión, por ejemplo con las tarjetas de crédito porque ofrecen determinados beneficios que por ahí nosotros no podemos ofrecer pero el rosarino sabe muy bien dónde comprar y dónde están los mejores precios. Esto va a ayudar para que todos tengan una referencia. No hay desproporción más allá de que nosotros tenemos mayores costos entre nuestros precios y los de las grandes cadenas. Pero esto es comercial, tampoco es una guerra entre supermercados. Nosotros tenemos un margen sumamente respetable y que no excede a los grandes comercios, eso es lo que podemos garantizar”, señaló.

“A principios de diciembre hicimos un comunicado denunciando el incremento que habíamos tenido de nuestros proveedores y solicitamos, todavía no habían asumido las nuevas autoridades, la intervención tanto a las autoridades salientes como a las entrantes para que vean este aumento desproporcionado. Además, nos aumentaron los

Ingresos Brutos, la luz, las exenciones del Drei, todas las leyes sociales que hay que pagar, hay un montón de ítems que también hay que tener en cuenta en el producto, pero mayormente tiene que ver con la escalada en la lista de precios que tuvimos durante noviembre y diciembre”, concluyó.

Un proyecto que demandó años para ser una realidad

Después de mucho tiempo de “idas y vueltas”, el Concejo Municipal aprobó el 16 de octubre del año pasado la regulación de la entrega de bolsitas plásticas en los supermercados y autoservicios de la ciudad. En la sesión ordinaria de ese día los ediles aprobaron la iniciativa que busca reducir a su mínima expresión el uso de estos envases. La norma estipula que durante el primer año de la implementación de la normativa, los comercios entregarán a los clientes hasta cuatro bolsas gratis por compra; en el segundo año, sólo podrán dar dos envases; y a partir del tercer año, quien quiera bolsitas para acarrear la mercadería deberá pagar por ellas. Con esto, se busca reducir la circulación de las bolsitas de manera gradual, y no definitiva, ya que los súper tendrán disponibilidad para los clientes que estén dispuestos a abonar.

Otro aspecto que se incluyó, pedido por la concejala Daniela León, es que en los primeros seis meses de implementación de la norma no se multe a los establecimientos que entreguen más bolsas de las cuatro estipuladas. Es decir, se les dará un tiempo “prudencial” a los comercios para que se adapten a las nuevas reglas de juego sin recibir castigo.

Un aspecto fundamental fue que también se estableció que los comercios no estarán obligados a entregar bolsitas, y cada uno decidirá si se las ofrece o no a su clientela. Sobre este punto, los supermercadistas locales decidieron que a partir del 1° de abril directamente no se entregarán más bolsas de plástico yendo más allá de lo dispuesto por la ordenanza.