

RELACIONES PÚBLICAS Y LOBBIES EN LOS PAÍSES MIEMBROS DE LA UNIÓN EUROPEA

AUTORES/AS

Ana María Almansa-Martínez y Elizabet Castellero-Ostio

Universidad de Málaga (España)

anaalmansa@uma.es y ecastillero@uma.es

RESUMEN

Los actores políticos tradicionales (medios de comunicación, partidos políticos, instituciones públicas) han visto cómo se incrementaba la participación de los grupos de interés en la dinámica política (Grant, 1989; Whiteley y Winyard, 1987). En este proceso las estrategias de comunicación desempeñan un papel relevante (Castillo y Smolak, 2017; Xifra, 2009), fruto de la generalización del denominado new lobby (Baumgartner, 2007) que concita múltiples relaciones con la gestión de los públicos (Míguez, 2010; Xifra, 2008; Castillo, 2009). Para poder conocer con mayor profundidad este fenómeno, se analiza el Registro de Transparencia de la Unión Europea, lo que permitirá conocer su estructura y acciones de comunicación.

Los resultados de la investigación han revelado que existe una coincidencia entre las 5 primeras temáticas a las que más están adscritos todos los lobbies de la U.E. con las 5 que más interés suscitan en los 10 países que más número de lobbies poseen. Bélgica es el país que mayor número de grupos de presión tiene inscritos en el Registro de Transparencia de la Unión Europea en cada una de las categorías de adscripción que este establece, a excepción del ámbito "Grupos de reflexión, instituciones académicas y de investigación", en el cual destaca Alemania.

Los países que poseen un mayor número de grupos de presión coinciden con los que mayor población tienen, a excepción de Bélgica, que a pesar de no estar entre los más poblados, lidera esta lista en número de lobbies. De esta manera, junto a Luxemburgo, son los dos países que mayor representación de grupos de presión cuentan en relación a la población.

Palabras clave: comunicación política; relaciones públicas; lobbies; grupos de presión; Unión Europea