PROYECTO DE LEY INICIADO EN MOCIÓN QUE MODIFICA LA LEY 20.730 QUE REGULA EL LOBBY Y LAS GESTIONES QUE REPRESENTEN INTERESES PARTICULARES ANTE LAS AUTORIDADES Y FUNCIONARIOS, EN DIVERSAS MATERIAS.

FUNDAMENTOS:

La implementación de la ley 20.730, en adelante "Ley del Lobby", fue la consecuencia de un amplio debate, que vino a consolidar la aplicación de los principios de transparencia, publicidad y acceso a la información, en los procesos de influencia en la toma de decisiones de quienes representan ciertos intereses, transversales o no, a la ciudadanía.

Así las cosas, según la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), el lobby se define como el acto de intentar influir legalmente en el diseño, implementación, ejecución y evaluación de políticas públicas y regulaciones administradas por servidores públicos[1].

En Chile, la promulgación de la "Ley del Lobby" data del 3 de marzo de 2014, y es menester caminar hacia una modernización del cuerpo normativo, considerando que al año 2024 y habiéndose cumplido 10 años de aplicación de la norma, Chile ha experimentado considerables cambios y procesos institucionales de gran relevancia para la ciudadanía. Lo anterior sin dudas ha generado la necesidad de aumentar el control y fiscalización del accionar público y privado, sobre todo en lo tocante a la influencia de estos últimos en políticas y decisiones que afectan a todas y todos los habitantes de la nación. Lo anterior es trascendental, considerando que Chile atraviesa en sus últimas décadas una crisis de confianza generalizada en las instituciones[2], y es un deber de los poderes del estado trabajar en formar e instaurar esas confianzas.

A partir de la necesidad de modernizar la Ley de Lobby, se han identificado a lo largo de su aplicación diversas áreas de mejora y de perfeccionamiento, tanto por la OCDE[3] a través del análisis de la aplicación de la norma, como por el análisis realizado por parte de la doctrina nacional[4]. Dentro de las preocupaciones manifestadas, se destaca la necesidad de legislar sobre el concepto de lobbista, representante o gestor de intereses particulares, buscando profundizar un adecuado marco de

---

[1] OCDE; *Lobbying in the 21st Century: Transparency, Integrity and Access*; 2021.

[2] Irarrázabal, Cruz; *Confianza Institucional en Chile: Un desafío para el desarrollo*; Centro de Estudios Públicos; 2023

[3] OCDE; *La Regulación del Lobby y de la Influencia en Chile; Recomendaciones para fortalecer la transparencia y la integridad en la toma de decisiones públicas*, 2024.

[4] Para más información, véase; Drago, Sahd, Miller, Bertok, Bitonti, Jaraquemada, del Solar; *Perfeccionamientos a la Ley de Lobby*; Centro de Estudios Internacionales UC, Consejo para la Transparencia; 2019.

transparencia e integridad en la gestión, mediante obligaciones, sanciones, determinación de nuevos sujetos activos y de nuevas formas de realizar representación de intereses.

Respecto a esto último, cobra especial relevancia si se toma en consideración el creciente uso de redes sociales y medios de comunicación como una forma de incidir en las percepciones públicas e influir en el proceso de formulación de políticas, y por tanto, realizar lobby. En este sentido, la susceptibilidad de las políticas públicas de las influencias no recogidas en la norma, mediante la publicidad y otras formas de incidencia dirigida a la ciudadanía que finalmente alcanzan, hacen necesario una adecuación legislativa e impactan en la toma de decisiones de los sujetos pasivos indicados en la legislación.

Dicha publicidad política emanada por representantes de intereses, puede o no estar sujeta al financiamiento, y por ende, influencia de ciertos grupos de poder. Esto se agrava, considerando que en Chile, son grandes grupos empresariales quienes son dueños de los medios masivos de comunicación, y permiten la existencia de un mensaje en sólo una dirección respecto de ciertos intereses.

Lo anterior, ha sido una de las últimas preocupaciones manifestadas por la OCDE, quienes, en relación a la ley que regula el lobby y la falta de transparencia que existe en el uso de medios masivos y sociales de comunicación, señalan lo siguiente:

> "*Una preocupación emergente es también la falta de transparencia y de rendición de cuentas con respecto al aumento de los gastos en medios digitales a través de anuncios, contenidos promocionados y otros materiales políticos pagados. La evidencia reciente muestra que el gasto en publicidad política en línea ha aumentado significativamente en los últimos años*"[5]

El fenómeno anterior, que es manifestación de las nuevas formas y tendencias de hacer lobby, puede, según lo recogido por la OCDE, afectar seriamente el debate y la capacidad de los medios de comunicación de resguardar la democracia y la libertad de opinión, considerando que la falta de transparencia facilita la existencia de riesgos de captura y formas de control de grupos o personas con el poder suficiente, con tal de influir en el contenido, cobertura y funcionamiento del medio de comunicación.[6]

En este sentido, es necesario establecer lineamientos que regulen lo anterior, y sometan al escrutinio público estas formas de influencia indirecta o subjetiva. A su vez, se hace necesario establecer las fuentes de financiamiento de quienes realizan lobby, para dar a la ciudadanía la información de qué intereses realmente se están representando.

Por todo lo anterior, proponemos mediante la modificación a la normativa, establecer los siguientes principios y objetivos:

1) Reconocer, como actividad de lobby, la influencia subjetiva o indirecta que puede hacerse mediante la publicidad.
2) Unificar el concepto de lobbista, mediante una noción única que integre a todo representante o gestor de intereses, independiente de si percibe o no una remuneración, o compensación

---

[5] OCDE; *La Regulación del Lobby y de la Influencia en Chile: Recomendaciones para fortalecer la transparencia y la integridad en la toma de decisiones públicas, Estudios de la OCDE sobre Gobernanza Pública*; OECD Publishing; París, 2024.
[6] *ídem.*

económica por su gestión. Así mismo, especificar, mediante un listado no taxativo, actores que pueden ser lobbistas en virtud de la norma.

3) Amplificar el alcance de la Ley de Lobby, en materia de integridad y transparencia, a otras instituciones que reciben financiamiento estatal y que realizan incidencia permanente en las materias y políticas públicas.
4) Aumentar la transparencia en la designación y ejercicio de cargos de exclusiva confianza.
5) Establecer obligaciones de transparencia al lobbista, en relación a las nuevas formas de generar influencia mediante la publicidad o el uso de medios de comunicación masiva o social; y obligaciones de transparencia en relación a sus fuentes de financiamiento.

Considerando todo lo anterior, solicito poner en vuestra consideración el siguiente;

PROYECTO DE LEY

Artículo Único: Introdúcense las siguientes modificaciones en la Ley N° 20.730, que regula el lobby y las gestiones que representen intereses particulares ante las autoridades y funcionarios:

1) Modifícase el artículo 2° en el siguiente sentido:

a) En el numeral 1;

- Suprímese en el párrafo primero la expresión “remunerada”. .

- Reemplácese en el párrafo segundo la expresión “el organismos público” por “la institución pública, o institución con interés o financiamiento público.”.

- Agréguese, en el párrafo segundo, a continuación del punto aparte, que pasa a ser punto seguido, lo siguiente “Además, se incluyen las acciones de intermediación de determinado sujeto activo en favor de un tercero, con fines de lograr una reunión, audiencia o cualquier tipo de contacto con un sujeto pasivo; toda acción que busque incidir en la elección de funcionarios públicos de exclusiva confianza, o cargos de naturaleza similar.”.

- Agréguese un párrafo tercero, bajo el siguiente tenor “Adicionalmente, se considerarán actividades de lobby, todas aquellas destinadas a generar incidencia de forma indirecta o subjetiva en el ejercicio de las funciones de los sujetos establecidos en el artículo 6, respecto de intereses propios o de quienes representen, mediante publicidad, en medios de comunicación masivos, sociales o similares.”.

b) En el numeral 5);

- Suprímase la expresión “remunerada”.

- Reemplázase la expresión “Si no media remuneración se denominará gestor de intereses particulares, sean éstos individuales o colectivos. Todo ello conforme a los términos definidos en los numerales 1) y 2) precedentes.”, por la expresión “Especialmente, se considerarán lobbistas:

a) a todas las empresas especializadas en comunicaciones, relaciones públicas o en lobby, que busquen representar intereses de terceros, sean personas naturales o jurídicas,
b) a las empresas en general, que representen sus intereses a través de sus departamentos de lobby o relaciones públicas, o asociaciones de las mismas que representen intereses,
c) a las administradoras de fondos de pensiones,
d) a los sindicatos, asociaciones de profesionales, asociaciones culturales, gremiales o industriales, que representan intereses de ciertas áreas, a ciertos profesionales o empleados,
e) a las organizaciones no gubernamentales, organizaciones de beneficencia, organizaciones comunitarias, juntas de vecinos, organizaciones religiosas, fundaciones y cooperativas, independiente de sus formas de constitución y financiamiento,
f) a los centros de investigación, laboratorios e institutos de políticas públicas,
g) a toda persona en los términos del párrafo primero del presente artículo, que actúe conforme a los términos de los numerales 1) y 2) precedentes.".

2) Modifícase el artículo 6° en el siguiente sentido:

a) En el numeral 3):

- Agréguese, posterior al punto aparte que pasa a ser coma: " ,sobre el estado de tramitación de un proyecto de ley, sobre el estado administrativo o legal de determinada persona o situación.".

b) Suprímase el numeral 6).

3) Modifícase el artículo 12° en el siguiente sentido:

a) "Agréguese un numeral 5) en el siguiente sentido:

"6) Contar con toda información relativa a cualquier manifestación pública, publicidad radial, publicidad escrita o mediante imágenes, en medios masivos de comunicación, plataformas de registros audiovisuales, de o cualquier otro medio análogo, y medios escritos tales como medios de comunicación social, como redes sociales, o similares, sean pagados o no, que tengan el objetivo de promover los intereses propios, o de quienes representen, y que sean considerados actividades de lobby en los términos del artículo uno, párrafo tercero, de la presente ley. Para estos efectos, se entenderá por medios de comunicación social aquellos a los que se refiere el artículo 2° de la Ley N° 19.733.

Para estos efectos, las personas obligadas en el presente artículo, deberán suministrar, a lo menos, la siguiente información:

- Contenido de la información, en formato escrito y audiovisual, u otro, si hubiere.

- Alcance objetivo y alcance logrado mediante la publicación
- Gastos incurridos en la difusión de la información, si existiera. Se entenderán por gastos, los contratos efectuados con empresas o agencias de marketing y publicidad; cualquier gasto dirigido hacia los intermediarios en el párrafo precedente; y todo otro gasto incurrido en la realización de la manifestación de información.

La información requerida en el presente artículo, deberá estar publicada en los registros electrónicos cuyo dominio sea de la persona obligada, de forma clara y precisa, garantizando el libre acceso en todo momento. La información requerida deberá ser actualizada trimestralmente. Para todos los efectos, deberá remitirse, trimestralmente, copia de la información especificada en este artículo al Consejo Nacional para la Transparencia.”.

b) Agréguese un numeral 6) en el siguiente sentido:

“6) Contar con la información relativa a las formas y fuentes de financiamiento, incluyendo a toda entidad pública o privada, nacional o extranjera, que importe la financiación, además del monto percibido, y si responde a título de proyectos, investigaciones, campañas, o cualquier otra actividad que busque la representación de intereses conforme al artículo 2 de la presente ley.

La información requerida en el presente artículo, deberá estar publicada en los registros electrónicos cuyo dominio sea de la persona obligada, de forma clara y precisa, garantizando el libre acceso en todo momento. La información requerida deberá ser actualizada trimestralmente. Para todos los efectos, deberá remitirse, trimestralmente, copia de la información especificada en este artículo al Consejo Nacional para la Transparencia.”.

CATALINA PÉREZ SALINAS
Diputada de la República