



Trabajo final para la obtención del grado de
Magíster en Comunicación Política y Asuntos Públicos
Universidad Adolfo Ibáñez

CAMPAÑA POLITICA:
PROMOCION DE LA LEY LOBBY 2.0: SI INFLUYE, SE REGISTRA

ALUMNA: NATACHA BRAVO MUÑOZ
PROFESORA GUÍA: BARBARA FUENTES B.

Contenido

JUSTIFICACIÓN	4
CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES	6
1.1 Ley N° 20.285: Ley de Transparencia	6
1.2 Ley N°20730: Ley de Lobby	7
1.3 Proyecto de Ley que moderniza la regulación del lobby y las gestiones de intereses particulares: Ley de Lobby 2.0	8
CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE ENTORNO	11
2.1 Revisión de bibliografía y fuentes oficiales	11
2.2 Análisis de datos y balance de la Ley vigente	11
2.1 Revisión de bibliografía y fuentes oficiales	12
a) Informe Perfeccionamientos a la Ley del Lobby"	12
b) Estudios de la OCDE sobre regulación del lobby	13
c) Posicionamientos de organizaciones de la sociedad civil sobre el impacto del proyecto de ley	15
b) Entrevistas a académicos y/o figuras relevantes en la materia.....	17
2.2 Análisis de datos y balance de la Ley vigente	20
a) Estudio Nacional de Transparencia 2020 (Consejo para la Transparencia, 2020)	20
b) Informe Semestral 2024 del Consejo para la Transparencia: balance cuantitativo de la Ley N.º 20.730.....	21
c) Identificación de las principales falencias de la Ley Actual.	22
d) Casos que evidencian las falencias de la Ley N°20.730.	23
CAPITULO 3: DIAGNÓSTICO.....	27
3.2 Debilidades de la Ley Vigente y Omisiones del Proyecto	29
3.3 Críticas institucionales y consenso técnico frente al Proyecto de Modernización	29
3.6 Análisis FODA: Proyecto de Modernización de la Ley del Lobby	31
CAPITULO 4: CAMPAÑA POLÍTICA	33
“Promover la Aprobación del Proyecto de Modernización de la Ley del Lobby (Boletín N° 16.888- 06)”	33
4.1 Fundamentación Estratégica	33
4.2 Plan de Posicionamiento Político	34
4.3 Estrategia General de la Campaña	35
4.4 Objetivo Comunicacional	36
4.5 Objetivos Estratégicos de la Campaña	36

4.5 Ejes Estratégicos de la Campaña	37
4.6 Stakeholders Estratégicos de la Campaña.....	39
4.7 Diseño de la Campaña: Estrategia Táctica por Objetivo	41
4.8 Relato de la campaña	42
4.9 Acciones por Objetivo Estratégico.....	42
CAPÍTULO 5: ORGANIZACIÓN	45
5.1 Organización de la Campaña.....	45
5.2 Plan Comunicacional: Canales de Difusión y Plataformas Estratégicas	45
5.3 Medios de comunicación tradicionales.....	46
5.4 Plataforma oficial: sitio web de la campaña.....	47
5.5 Redes sociales- Estrategia digital y despliegue por fases	48
5.6 Despliegue comunicacional por fases	48
5.7 Línea gráfica y afiches de campaña.....	49
5.8 Indicadores por Objetivo Estratégico.....	51
5.9 Indicadores por Objetivo Comunicacional	52
CAPITULO 6: CIERRE	54
6.1 Recomendaciones Finales.....	54
6.2 Reflexión final sobre la campaña	55
6.3 Reflexión individual: aprendizajes, dificultades y desafíos	56
6.4 Proyección profesional y valor formativo del proceso.....	59
Referencias:	63

CAMPAÑA POLITICA

PROMOCIÓN LEY DE LOBBY 2.0: "SI INFLUYE, SE REGISTRA"

JUSTIFICACIÓN

En un contexto político y social donde la transparencia y la probidad se han consolidado como pilares fundamentales de la democracia moderna, Chile enfrenta el desafío de fortalecer su marco regulatorio en las gestiones de lobby. La actual Ley N° 20.730, si bien representó un avance en la regulación de las interacciones entre autoridades públicas y representantes de intereses particulares, ha demostrado ser insuficiente en aspectos clave como la fiscalización efectiva, la proporcionalidad de las sanciones y la inclusión de actores estratégicos que hoy operan fuera del registro formal. Estas limitaciones no solo perpetúan percepciones de opacidad en la política, sino que también restringen la capacidad del sistema democrático para garantizar que las decisiones públicas respondan al interés general.

La Ley de Lobby 2.0, denominada oficialmente "Proyecto de Ley que moderniza la regulación del lobby y las gestiones de intereses particulares" surge como una respuesta a estas debilidades. Este proyecto de ley propone modernizar y fortalecer la regulación del lobby en Chile mediante la ampliación del concepto de lobby, la incorporación de nuevos sujetos pasivos, ajustes en el régimen sancionatorio, entre otros. De este modo, el proyecto aspira a alinear la regulación chilena con estándares internacionales en materia de probidad y gobernanza democrática.

En lugar de recuperar la confianza pública, un desafío que trasciende cualquier normativa específica, esta campaña se propone promover su discusión y aprobación parlamentaria, en tanto constituye una oportunidad para reinstalar en la agenda la discusión sobre transparencia y probidad.

Actualmente, la llamada Ley de Lobby 2.0, se encuentra en tramitación en el Congreso Nacional, habiendo sido presentada ante la Cámara de Diputados el 31 de mayo de 2024 (Cámara de Diputados y Diputadas, 2024). En julio de 2024, el Ministerio Secretaría General de la Presidencia, entregó detalles de los ejes estratégicos del

proyecto, incluyendo la eliminación de la distinción entre “lobista” y “gestor de intereses”, la ampliación de sujetos pasivos, nuevas obligaciones para sujetos calificados y la necesidad de adaptar los estándares a prácticas internacionales de integridad. Si bien el proyecto ingresó a la Comisión de Gobierno Interior para su discusión general, su avance legislativo ha sido lento, enfrentando vacíos de priorización y un bajo conocimiento ciudadano respecto del contenido e implicancias de la reforma (Ministerio Secretaría General de la Presidencia, 2024).

En este escenario legislativo y comunicacional, se plantea la necesidad de una campaña política estratégica que contribuya a posicionar el “Proyecto de Ley del Lobby 2.0” como una prioridad en la agenda parlamentaria. Considerando que las barreras para su aprobación no son exclusivamente técnicas, sino también políticas, la campaña se orientará a traducir contenidos normativos complejos en mensajes accesibles, emocionalmente significativos y socialmente relevantes. Esta labor requerirá la articulación de una red de actores clave, desde legisladores hasta líderes de opinión y organizaciones de la sociedad civil, con el propósito de construir legitimidad transversal en torno a la necesidad de modernizar el marco regulatorio de las gestiones de intereses. Del mismo modo, la campaña integrará un diagnóstico de los factores que han ralentizado el avance del proyecto. En este marco, resulta imprescindible revisar la trayectoria que ha seguido la transparencia como principio rector del sistema democrático chileno, con el fin de comprender los avances, limitaciones y tensiones que han configurado el actual escenario normativo.

Este proyecto se aborda de manera integral, incorporando el análisis del contexto político y normativo, posturas de actores relevantes en la discusión legislativa y la identificación de los principales puntos de tensión que explican la lentitud del proceso. A partir de ello, se construye una estrategia comunicacional orientada a traducir técnicamente el contenido del proyecto en narrativas accesibles y socialmente resonantes. Esta propuesta se estructura bajo una lógica multicanal e intersectorial, con el propósito de incidir tanto en la opinión pública como en la agenda legislativa, favoreciendo un entorno propicio para la discusión sustantiva de la reforma.

CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES

La Ley N.º 20.730, conocida como la Ley de Lobby, promulgada en 2014, surgió como una profundización de los principios establecidos previamente en la Ley de Transparencia (Ley N.º 20.285), promulgada en 2008 (República de Chile, 2008). Esta última garantizó el acceso a la información pública y fortaleció la rendición de cuentas de los organismos del Estado (República de Chile, 2008). Sin embargo, la Ley de Lobby representó un paso adicional, al regular específicamente las gestiones de intereses y la interacción entre el sector público y privado, con el objetivo de asegurar una mayor transparencia en la toma de decisiones gubernamentales (República de Chile, 2014).

En este contexto, el Proyecto de Modernización de la Ley de Lobby, se presenta como una iniciativa destinada a actualizar y perfeccionar la normativa vigente, respondiendo a los nuevos desafíos que surgen en la relación entre los actores públicos y privados. Esta reforma busca dar respuestas a los vacíos identificados en la ley vigente, como la exclusión de ciertos sujetos activos y pasivos, la debilidad en el régimen sancionatorio, y la necesidad de mejorar la trazabilidad de la gestión de intereses. (Ministerio Secretaría General de la Presidencia, 2024).

A continuación, se presentan los antecedentes y el camino recorrido desde la Ley de Transparencia (Ley N.º 20.285), pasando por la Ley de Lobby (Ley N.º 20.730), hasta llegar al actual Proyecto de Modernización, con el fin de comprender su evolución y el impacto que han tenido estas normativas en la promoción de la transparencia en Chile.

1.1 Ley N.º 20.285: Ley de Transparencia

La Ley N.º 20.285 sobre Acceso a la Información Pública, promulgada el 11 de agosto de 2008 durante el primer gobierno de Michelle Bachelet, marcó un hito en el fortalecimiento de la democracia y la transparencia en Chile. Esta normativa se enmarcó en la Agenda de Modernización del Estado y respondió a la creciente demanda ciudadana por mayor acceso a la información y participación en los asuntos públicos.

El camino hacia esta ley fue precedido por diversos hitos institucionales relevantes. En 1994, la Comisión Nacional de Ética Pública recomendó establecer la transparencia como principio constitucional (Comisión Nacional de Ética Pública, 1994). Luego, en 1999, se aprobaron dos leyes clave: la Ley N.º 19.653, conocida como Ley de Probidad (República de Chile, 1999a), y la Ley N.º 19.645, que modificó el Código Penal para abordar delitos contra la función pública (República de Chile, 1999a, 1999b). Durante el gobierno de Ricardo Lagos, en respuesta a los casos Coimas y MOP-Gate, se creó en 2003 la Comisión Asesora en Transparencia y Probidad Pública con el fin de proponer medidas legislativas para fortalecer la integridad en la función pública (El Mostrador, 2003). En 2005 se incorporaron los principios de probidad y publicidad en la Constitución mediante la reforma N.º 20.050 (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2005).

En materia internacional, Chile ratificó dos convenciones fundamentales contra la corrupción: la Convención Interamericana contra la Corrupción, adoptada en 1996 y ratificada por Chile en 1998, (República de Chile, 1999); y la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción, adoptada en 2003 y ratificada por Chile en 2006 (República de Chile, 2007).

La consolidación de este proceso normativo se materializó con la promulgación de la Ley N.º 20.285 en agosto de 2008. Esta ley estableció el derecho ciudadano de acceso a la información pública, reforzó los mecanismos de rendición de cuentas y sentó las bases para una participación más activa de la ciudadanía en el control democrático del Estado (República de Chile, 2008).

1.2 Ley N°20730: Ley de Lobby

La Ley N.º 20.730, promulgada en 2014, regula la actividad del lobby y las gestiones que representen intereses particulares ante autoridades y funcionarios públicos. Su origen se remonta a diversos intentos legislativos previos, entre ellos un proyecto presentado por el gobierno de Ricardo Lagos en 2003 y otro ingresado en 2008 bajo la administración de Michelle Bachelet. Tras un largo proceso de discusión parlamentaria y presión pública por mayor transparencia, la normativa fue finalmente

aprobada y publicada en el Diario Oficial el 8 de marzo de 2014 (República de Chile, 2014).

El objetivo principal de la ley es transparentar las gestiones que buscan influir en decisiones públicas. Establece la obligación de registrar y publicar actividades como reuniones, viajes y obsequios que involucren a autoridades y representantes de intereses. La ley define quiénes son considerados sujetos activos (quienes realizan gestiones) y sujetos pasivos (quienes las reciben), además de fijar los procedimientos y plazos para la actualización de dicha información.

Desde su implementación, la Ley N.º 20.730 ha sido reconocida como el primer marco legal en América Latina dedicado exclusivamente a regular el lobby. Su existencia ha permitido avanzar en la visibilización de las relaciones entre el sector público y privado, y ha servido como referencia para otros países de la región. Sin embargo, evaluaciones técnicas y estudios académicos han identificado deficiencias que limitan su efectividad, tales como vacíos normativos, dificultades de fiscalización y exclusión de actores relevantes (OCDE, 2024; Jordán Palet, 2017). Estos elementos han motivado el debate sobre la necesidad de modernizar el marco regulatorio mediante una nueva propuesta legislativa conocida como Ley de Lobby 2.0.

1.3 Proyecto de Ley que moderniza la regulación del lobby y las gestiones de intereses particulares: Ley de Lobby 2.0

El Proyecto de Ley de Lobby 2.0, Boletín N.º 16.888-06, busca actualizar y fortalecer la Ley N.º 20.730, para enfrentar las nuevas formas de influencia política y mejorar la transparencia en la interacción entre autoridades públicas y representantes de intereses privados.

Durante los últimos años, se han identificado diversas limitaciones en el marco normativo actual. Casos recientes de corrupción, junto con recomendaciones de organismos internacionales como la OCDE (2024), han puesto la urgencia de una actualización legal que permita una trazabilidad más efectiva de las influencias sobre la toma de decisiones públicas.

El proyecto fue ingresado por el Poder Ejecutivo a la Cámara de Diputadas y Diputados el 31 de mayo de 2024, en el contexto de la Estrategia Nacional de Integridad Pública (ENIP), impulsada por el gobierno del presidente Gabriel Boric y actualmente, se encuentra en su primer trámite constitucional.

Esta propuesta legislativa introduce una serie de modificaciones estructuradas en ocho ejes definidos por el Ministerio Secretaría General de la Presidencia ((Ministerio Secretaría General de la Presidencia, 2024). Estos ejes recogen tanto el diagnóstico institucional levantado por el Ejecutivo como recomendaciones técnicas elaboradas en el marco de la Estrategia Nacional de Integridad Pública:

1. Nuevo estatuto de representante de intereses:

Se elimina la distinción entre “lobista” y “gestor de interés particular” y se crea el concepto único “representante de intereses”, incluyendo la figura de representante calificado para quienes realicen al menos siete gestiones en un semestre.

2. Ampliación del concepto de lobby:

Se consideran actividades como la intermediación, gestiones para conseguir audiencias, o influencias sobre nombramientos, todo dentro del concepto de lobby.

3. Nuevos sujetos pasivos obligados:

Se agregan nuevas autoridades que deberán registrar sus reuniones e interacciones.

4. Nueva definición de sujetos activos:

Se amplía quiénes son considerados representantes de intereses, incluyendo gremios, ONG y otros actores que antes quedaban fuera del registro obligatorio.

5. Obligaciones expresas por medios digitales y escritos:

Se incorporan como objeto de registro las gestiones realizadas por correos electrónicos, cartas, aplicaciones o plataformas digitales.

6. Portal único de acceso público:

La propuesta consiste en establecer un único portal digital de acceso público, que concentre todos los registros exigidos por la normativa.

7. Reformulación del sistema sancionatorio:

Se mantiene el rango de multas entre 10 y 50 UTM, pero se introduce una nueva tipificación de infracciones, con categorías diferenciadas según su gravedad.

8. Inhabilidades posteriores al ejercicio de cargos públicos (“puerta giratoria”):

Se establece una prohibición para que exautoridades, realicen gestiones de intereses particulares ante órganos del Estado durante los 12 meses siguientes al término de su cargo.

En conjunto, los ocho ejes de modificación propuestos representan un nuevo diseño normativo orientado a abordar las debilidades detectadas desde la implementación de la Ley N.º 20.730. La discusión parlamentaria en curso será clave para determinar si estas propuestas logran traducirse en una normativa que responda a los desafíos actuales en materia de transparencia e integridad pública.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE ENTORNO

Desde la entrada en vigencia de la Ley N.º 20.730 en 2014, Chile ha avanzado en la promoción de la transparencia y la probidad en Chile. No obstante, su aplicación ha demostrado limitaciones importantes en su aplicación, lo que ha impulsado la necesidad de actualizarla. El Proyecto de Ley que la moderniza (Boletín N.º 16.888-06), busca corregir esas falencias. (Cámara de Diputadas y Diputados, 2024).

Este capítulo analiza el contexto de dicha propuesta, considerando su evolución normativa, efectos limitaciones, y precepciones de actores institucionales y sociales. Se emplea una metodología mixta basada en análisis documental, evidencia empírica y revisión de posturas políticas y ciudadanas. Este capítulo se estructura en los siguientes apartados:

2.1 Revisión de bibliografía y fuentes oficiales

El análisis de entorno se basa en una revisión bibliográfica de fuentes oficiales especializadas, incluyendo el Consejo para la Transparencia; estudios desarrollados por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE); posicionamiento de instituciones nacionales; y opiniones de académicos y expertos de en la materia.

2.2 Análisis de datos y balance de la Ley vigente

Este apartado analiza el funcionamiento práctico de la Ley N.º 20.730 evaluando su impacto en la transparencia, rendición de cuentas y acceso a la información. Además, se identifican sus principales falencias técnicas y normativas junto con casos que evidencian sus debilidades estructurales.

2.1 Revisión de bibliografía y fuentes oficiales

Se presentan antecedentes extraídos de informes del Consejo para la Transparencia y documentos técnicos nacionales e internacionales, que permiten contextualizar la situación actual de la Ley N.º 20.730.

a) Informe Perfeccionamientos a la Ley del Lobby"

Este informe, elaborado por el Consejo para La Transparencia (CLPT, 2019) constituye uno de los principales antecedentes técnicos para comprender el desempeño de la Ley N° 20. 730 y sus posibles mejoras. El análisis se organiza en tres dimensiones claves:

1.- Fortalezas de la Ley Actual:

El documento identifica avances relevantes en transparencia y acceso a la información pública. Entre los principales aspectos positivos se destacan:

- La obligación de registrar reuniones, viajes y donaciones que ha visibilizado gestiones de interés y reforzado la rendición de cuentas.
- La disponibilidad como Infolobby.cl e Infoprobidad.cl que centralizan datos relevantes para el control ciudadano.
- Alineación de la ley con estándares internacionales promovidos por la OCDE y La Unión Europea.
- Un fortalecimiento institucional en términos de confianza pública y percepción de probidad.

(Fuente: CLPT, 2019)

2.- Propuestas de perfeccionamiento:

El informe sugiere una serie de modificaciones orientadas a fortalecer el marco normativo vigente. Estas incluyen:

- La unificación de las figuras de lobistas y gestor de intereses en un único representante de intereses, sujeto a registro obligatorio.
- Nuevas obligaciones de transparencia para representantes de intereses: como la entrega de información sobre la identidad del representante,

temas tratados, recursos económicos involucrados, reportes periódicos, según modelos internacionales como los de la Unión Europea y Canadá.

- La creación de un registro único y centralizado con datos en formatos abiertos para facilitar su análisis y fiscalización.
- Sanciones más claras y proporcionales, y se evalúa la posibilidad de incorporar sanciones penales en casos de infracciones graves.
- La incorporación de la huella legislativa que registre la participación de representantes de intereses durante la tramitación de proyectos de ley.
- La regulación de conflictos de interés y la “puerta giratoria”, mediante inhabilidades de al menos dos años para exautoridades públicas.

(Fuente: CLPT, 2019)

3.- Evaluación de la Plataforma Ley Lobby: implementación, avances y desafíos

La Plataforma digital desarrollada para dar cumplimiento a la Ley N° 20.730 (www.leylobby.gob.cl) ha contribuido a institucionalizar mecanismos de transparencia activa. No obstante, el informe identifica tres desafíos claves para su consolidación:

- La falta de impulso político sostenido, que limitó su apropiación cultural más allá del cumplimiento formal.
- Resistencias institucionales en su etapa inicial, particularmente desde órganos como la Cancillería y el Congreso Nacional.
- La existencia de un cumplimiento normativo sin una adhesión sustantiva a los principios de probidad, según evidenció también la Contraloría General de la República.

(Fuente: CLPT, 2022)

b) Estudios de la OCDE sobre regulación del lobby

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) ha desarrollado diversos estudios que orientan el perfeccionamiento de la regulación del lobby. Algunos de estos informes están dirigidos específicamente al caso chileno, mientras que otros establecen estándares generales para países miembros y no

miembros. A continuación, se presentan los principales documentos y sus recomendaciones:

1.- Lobbyists, Governments and Public Trust, Vol. 3 (OCDE, 2014):

Este informe analiza la implementación de principios de transparencia e integridad en distintos países, incluyendo a Chile. Si bien reconoce avances tras la promulgación de la Ley N.º 20.730, identifica debilidades en trazabilidad, alcance normativo y supervisión.

Recomienda:

- Establecer un registro obligatorio de representantes de intereses.
- Desarrollar códigos de conducta para lobistas y funcionarios.
- Aplicar sanciones proporcionales y disuasorias.
- Fomentar una cultura de integridad pública.

(Fuente: OCDE, 2014)

2. La regulación del lobby y de la influencia en Chile (OCDE, 2024):

Este informe se centra exclusivamente en el caso chileno, y evalúa los avances normativos desde la entrada en vigencia de la ley. Detecta vacíos persistentes, riesgos de captura del regulador y el rol creciente de actores no tradicionales.

Propone:

- Regular actividades de intermediación y asesoría informal.
- Incorporar la huella legislativa como mecanismo de trazabilidad normativa.

- Reforzar el control sobre la puerta giratoria.
- Consolidar un registro digital unificado

(Fuente: OCDE, 2024).

3. *Lobbying in the 21st Century* (OCDE, 2021):

Este estudio entrega estándares internacionales aplicables al contexto nacional. Su enfoque está en mejorar la integridad institucional y la regulación del lobby en democracias modernas.

Sugiere:

- Crear códigos de conducta obligatorios.
- Asegurar la participación equilibrada de actores diversos.
- Establecer registros detallados y accesibles.
- Realizar evaluaciones periódicas del marco normativo.
- Fortalecer las capacidades de organismos fiscalizadores independientes.

(Fuente: OCDE, 2021).

c) Posicionamientos de organizaciones de la sociedad civil sobre el impacto del proyecto de ley

A continuación, se resumen las posturas institucionales, y otras intervenciones de algunas organizaciones en torno a la necesidad de perfeccionar la Ley de Lobby y sus mecanismos de transparencia.

La ONG Chile Transparente, capítulo chileno de Transparencia Internacional, ha abogado por actualizar y robustecer la Ley de Lobby. Su entonces director jurídico, Enrique Rajevic, planteó en marzo de 2023 que la definición de “reunión” de lobby debería ampliarse para incluir cualquier tipo de interacción orientada a influir en decisiones públicas, más allá del formato presencial o formalmente agendado. (Chile Transparente, 2023)

A su vez, María Jaraquemada, actual consejera del CLPT, ha sostenido que el fortalecimiento de la Ley N.º 20.730 debe ser una prioridad en la agenda anticorrupción, señalando que la norma requiere ajustes profundos para hacer frente a nuevas formas de influencia no reguladas y avanzar en legitimidad institucional (Jaraquemada, 2024).

La Fundación Ciudadanía Inteligente, reconocida por su trabajo en transparencia desde antes incluso de la promulgación de la ley, ha mantenido una postura crítica frente a las dilaciones o vacíos normativos. En 2014, cuando se discutía la entrada en vigencia de la Ley N.º 20.730, la organización cuestionó los intentos de postergar su aplicación a parlamentarios y embajadores, calificando esa medida como un retroceso grave en transparencia institucional (El Mostrador, 2014). Aunque no ha emitido un pronunciamiento formal sobre el actual proyecto de modernización, sus vocerías y estudios anteriores permiten inferir una postura favorable a una ley más exigente, inclusiva y sin excepciones.

Por su parte, el Observatorio Congreso, publicó en abril de 2025 un informe titulado “Las falencias de la información transparentada de lobby en el Congreso Nacional”. Este documento reveló múltiples inconsistencias en los registros de viajes y audiencias de autoridades parlamentarias, proponiendo ajustes normativos que fortalezcan la trazabilidad y control de estas actividades. El informe también recomienda otorgar mayores facultades al Consejo para la Transparencia, ya que hoy carece de herramientas para verificar la veracidad o completitud de los datos entregados por los organismos públicos (Observatorio Congreso, 2025).

Finalmente, diagnósticos independientes coinciden con estas organizaciones. La abogada Andrea Ruiz Rosas, exdirectora del CPLT, señaló en una columna de opinión que los recientes escándalos relacionados con reuniones no registradas entre autoridades y lobistas evidencian la necesidad urgente de aplicar y fortalecer la Ley de Lobby, incluso mediante procedimientos sancionatorios cuando corresponda. Ruiz sostuvo que estas situaciones deben ser vistas como una oportunidad para reforzar los mecanismos de control y asegurar una trazabilidad efectiva de las gestiones de interés (Ruiz Rosas, 2024).

Del mismo modo, un estudio de Manuel Arís para la Fundación Friedrich Ebert advertía ya en 2017 que la Ley de Lobby chilena carece de disposiciones sustantivas que regulen la actividad en sí, más allá del mero registro, y propone su revisión para garantizar equidad e integridad en el proceso deliberativo (Arís, 2017).

En síntesis, aunque no se han identificado pronunciamientos públicos específicos de estas organizaciones de la sociedad civil respecto del proyecto de modernización de la Ley de Lobby (Boletín N.º 16.888-06), sí existe una postura coincidente en torno a la necesidad urgente de revisar y fortalecer el marco normativo vigente.

b) Entrevistas a académicos y/o figuras relevantes en la materia.

Con el fin de enriquecer el diagnóstico técnico sobre el proyecto que moderniza la Ley N.º 20.730 (Boletín N.º 16.888-06), se realizaron entrevistas personales a tres expertos con reconocida trayectoria en temas de transparencia y probidad institucional: Francisco Leturia, expresidente del Consejo para la Transparencia; Marcelo Drago, también expresidente del CPLT; y Alberto Precht, abogado y exdirector ejecutivo de Chile Transparente. A estas entrevistas se sumaron las opiniones vertidas públicamente por María Jaraquemada, consejera del Consejo para la Transparencia, y Bernardo Navarrete, académico y exconsejero del CPLT. El objetivo fue levantar una mirada crítica sobre las principales propuestas del proyecto.

En las entrevistas realizadas y las declaraciones revisadas, se identifican coincidencias relevantes entre los expertos sobre el proyecto que moderniza la Ley N.º 20.730, (Ley de Lobby 2.0). Aunque se valoran ciertos avances, como la creación de un nuevo registro y la unificación conceptual, los expertos coinciden en señalar que el proyecto no aborda los elementos más estructurales del problema de influencia en la toma de decisiones públicas. A continuación, se presentan los puntos en común más relevantes:

1. Unificación de las figuras en un solo concepto: “Representante de intereses”

Todos los expertos coinciden en que es positivo reemplazar las categorías actuales, “lobbista” y “gestor de intereses particulares”, por un solo concepto: “representante de intereses”. Esta modificación es vista como una simplificación necesaria que elimina una distinción considerada artificial, ambigua y elusiva.

Leturia calificó esta separación como “bastante absurda” y “llena de eufemismos”, señalando que “en verdad todos están luchando por defender un interés particular ante una autoridad. Eso es lobby, y lo demás son eufemismos”.

Precht afirmó que “parece de toda lógica unir la figura de lobbyista y gestor de interés en una sola”, atribuyendo la distinción original a un rechazo simbólico al término "lobby" por parte de los parlamentarios.

Drago enfatizó que “la distinción en la ley actual no tenía ninguna explicación... todo se tiene que registrar igual”. Valoró que el proyecto cree una categoría general con criterios de habitualidad para quienes ejercen lobby profesionalmente.

2. La huella legislativa está ausente y todos coinciden en su necesidad

Un segundo eje donde hay completo consenso es en la falta de una verdadera huella legislativa. Todos los expertos reconocen que el proyecto no contempla mecanismos robustos de trazabilidad de la influencia en la elaboración de leyes y políticas públicas, lo que debilita la fiscalización democrática.

Drago expresó que “queremos que haya una trazabilidad en el proceso de toma de decisiones” y criticó que actualmente “no hay una huella digital que permita reconstruir todas las etapas de la influencia”. Leturia fue directo: “En Chile no hay ley del lobby... hay una ley muy modesta de registro de audiencias”, lo que implica que no se conoce ni se controla de forma efectiva el proceso de toma de decisiones.

Precht no aludió directamente a la huella legislativa, pero defendió la plataforma de registro como una herramienta útil si se mejora su implementación y su integración con otras fuentes de información (como el financiamiento político).

Jaraquemada ha propuesto incorporar explícitamente la huella legislativa como una dimensión estructural del proyecto.

3. El proyecto no establece sanciones proporcionales ni efectivas

Los expertos coinciden en que el proyecto no resuelve la debilidad del régimen sancionatorio, y que esta omisión limita el impacto del nuevo registro y de las nuevas obligaciones.

Drago señaló que “no establece sanciones claras ni fuertes”, aunque valoró la ampliación de facultades al CPLT para fiscalizar.

Precht también insistió en que el foco debe estar en la buena implementación más que en agregar nuevas reglas sin capacidad real de cumplimiento.

Navarrete, en sus declaraciones, fue más escéptico y sostuvo que este tipo de proyectos corren el riesgo de ser “más una ilusión que una herramienta eficaz”, si no se refuerzan los mecanismos de fiscalización y se imponen sanciones disuasivas.

4. Crítica a la actual ley como mecanismo de transparencia débil

Aunque no era el objetivo central, los expertos contextualizaron su análisis del proyecto señalando que la ley vigente está desbalanceada y solo exige obligaciones a las autoridades, dejando fuera a los verdaderos sujetos activos del lobby.

Drago lo expresó: “Lo que tenemos no es una ley del lobby, sino una ley de registro de audiencias”, que traslada la carga de transparencia a los funcionarios públicos, sin exigir obligaciones reales a quienes ejercen presión.

Leturia consideró que la ley fue diseñada “para proteger a ciertos actores, especialmente abogados influyentes, que hacían lobby sin registrarse”.

5. Conclusión general de los expertos sobre el proyecto

Las entrevistas realizadas a los expertos Alberto Precht, Francisco Leturia y Marcelo Drago, junto con las revisiones a las posturas públicas de María Jaraquemada y Bernardo Navarrete, permiten identificar una visión compartida respecto al proyecto de ley que busca modernizar la actual Ley del Lobby.

Existe un punto de acuerdo transversal en reconocer como un avance el reemplazo de las figuras de lobbyista y gestor de intereses por un único concepto: “representante de intereses”. Esta unificación, según todos los expertos consultados, es razonable, coherente y contribuye a cerrar ambigüedades terminológicas que habían permitido elusión en el registro y que no tenía justificación alguna.

Sin embargo, también se detecta una visión común de escepticismo y crítica hacia las demás materias propuestas en el proyecto. Uno de los elementos más cuestionados es la ausencia de una verdadera huella legislativa. Esta omisión, considerada fundamental para la trazabilidad de la influencia en la toma de decisiones, debilita seriamente la efectividad del nuevo marco regulatorio propuesto.

A lo anterior se suma la falta de sanciones realmente efectivas y disuasorias. Otro consenso relevante es que el problema central no es legislativo, sino de implementación. Precht y Jaraquemada coinciden en que la ley vigente es valorada a nivel internacional, pero su impacto ha sido limitado por fallas operativas y por falta de compromiso político. En este sentido, el proyecto de ley parece responder más a una necesidad simbólica que a una reforma sustantiva y urgente.

Finalmente, todos los expertos concuerdan en que el proyecto de ley no constituye una prioridad legislativa real en materia de transparencia e integridad pública. Si bien incorpora ajustes técnicos relevantes, no aborda el problema estructural de fondo: la falta de implementación, trazabilidad robusta y control efectivo sobre las gestiones de interés. Por tanto, su aprobación sin mejoras sustanciales corre el riesgo de consolidar una ley más extensa, pero igual de limitada en la práctica.

2.2 Análisis de datos y balance de la Ley vigente

a) Estudio Nacional de Transparencia 2020 (Consejo para la Transparencia, 2020)

Este estudio, constituye una herramienta clave para evaluar la percepción ciudadana sobre el acceso a la información pública, la confianza en las instituciones, y la efectividad de los mecanismos de transparencia en Chile. Su relevancia radica en que permite diagnosticar barreras, vacíos y oportunidades para perfeccionar la normativa vigente, en especial la Ley N.º 20.285 sobre Acceso a la Información Pública y la Ley N.º 20.730 sobre Regulación del Lobby. Entre los hallazgos más relevantes, destacan los siguientes:

- **Confianza Institucional:** Solo un 24% de los encuestados declara confiar en el sector público. Un 88% percibe una relación distante entre Estado y la ciudadanía, un 83% percibe un mal trato por parte de las instituciones públicas, y un 82% identifica prácticas discriminatorias.
- **Percepción de corrupción:** La proporción de personas que considera poco corruptos a los organismos públicos cayó de 19% en 2019 a 15% en 2020. A su vez, un 67% cree que existe alta corrupción en el sector público, mientras que solo un 18% sabe dónde denunciar un caso.
- **Desconocimiento institucional:** un 93% de las personas considera que debieran tener derecho a acceder a información pública, solo el 1% identifica al Consejo para la Transparencia como la entidad encargada de acoger reclamos.
- **Dificultades en el acceso a información:** El 80% considera difícil acceder a información pública, y el 81% lo percibe como un proceso lento. A pesar de ello, un 77% de quienes han buscado información a través de sitios web institucionales lograron encontrar lo que buscaban.
- **Transparencia Activa y protección de datos:** Solo el 16% conoce la sección de transparencia activa de los portales públicos y sólo el 14% la ha utilizado. Respecto a la protección de datos, solo un 20% conoce la Ley sobre Protección de Datos Personales y la confianza en el resguardo de datos se mantiene en niveles críticos: 3,7 puntos sobre 10 en el sector público, y 3,6 en el privado. (Fuente: Consejo para la Transparencia, 2020).

En conjunto estos datos reflejan una amplia desconfianza hacia las instituciones del Estado y una percepción de ineficacia en los mecanismos de acceso a la información pública. La mención al “mal trato” por parte del Estado refleja la experiencia negativa que muchos ciudadanos enfrentan al interactuar con instituciones públicas.

b) Informe Semestral 2024 del Consejo para la Transparencia: balance cuantitativo de la Ley N.º 20.730

A partir del Informe Semestral de Transparencia 2024 del Consejo para la Transparencia (CPLT), se observa que la Ley N.º 20.730 ha fortalecido mecanismos de

fiscalización y control ciudadano. En el primer semestre de 2024 se gestionaron 153.304 solicitudes de información, un 5,7 % más que en 2023. Además, se registraron 7.102 casos ante el CPLT, entre amparos y reclamos, con un aumento del 3,6 %.

El CPLT instruyó 73 sumarios y sancionó a 20 organismos públicos. También incorporó 29 nuevas instituciones al sistema de transparencia activa. Sin embargo, persisten brechas: los SLEP cayeron a 66,1 % en cumplimiento, mientras que las universidades estatales alcanzaron un 86,7 %, el nivel más alto desde que existe registro (CPLT, 2024a; 2025).

Estos datos muestran avances institucionales, pero también disparidades relevantes entre sectores.

c) Identificación de las principales falencias de la Ley Actual.

Si bien la Ley N.º 20.730 significó un avance en la regulación del lobby en Chile, distintos informes han evidenciado una serie de falencias que limitan su eficacia como herramienta de control democrático (Consejo para la Transparencia, 2019). Estas debilidades, de carácter normativo, operativo y estructural, persisten hasta hoy:

- Asimetría en los sujetos obligados: La ley impone obligaciones solo a los sujetos pasivos (autoridades públicas), dejando fuera del registro a los sujetos activos (quienes gestionan intereses). Esta omisión dificulta la trazabilidad y transparencia de las gestiones realizadas ante el Estado (Consejo para la Transparencia, 2019).
- Distinción ambigua entre lobbistas y gestores: La diferenciación según si existe o no remuneración ha generado confusión e incentivos a la evasión, ya que permite a muchos actores operar fuera del registro formal (Consejo para la Transparencia, 2019).
- Régimen sancionatorio débil: Las multas por incumplimiento son bajas y poco frecuentes, y no se aplican a los gestores de intereses. (Consejo para la Transparencia, 2019).

- Calidad deficiente de la información registrada: El portal leylobby.cl presenta registros vagos, como “temas varios” o “reunión protocolar”, con alta heterogeneidad entre instituciones. (Consejo para la Transparencia, 2019).
- Ausencia de huella legislativa: No existe un mecanismo que permita vincular las gestiones de lobby con la normativa eventualmente influenciada, lo que impide conocer el impacto real de estas gestiones en decisiones públicas (Consejo para la Transparencia, 2019).
- Falta de regulación de la puerta giratoria: Actualmente no hay restricciones para que exautoridades gestionen intereses ante sus antiguos organismos. (Consejo para la Transparencia, 2019).

d) Casos que evidencian las falencias de la Ley N°20.730.

Diversos casos de connotación pública, algunos ocurridos antes de la entrada en vigencia de la Ley N.º 20.730, permiten evidenciar que, incluso de haber estado vigente, la normativa no habría sido suficiente para garantizar un control efectivo. Estos antecedentes reflejan falencias estructurales previamente identificadas: la obligación unilateral impuesta solo a sujetos pasivos, la ambigüedad entre lobbistas y gestores de intereses, la desigualdad en el acceso a autoridades y la escasa fiscalización.

Uno de los casos más emblemáticos es la tramitación de la Ley de Pesca (Ley N.º 20.657), conocida como “Ley Longueira”. Sus características evidencian que incluso con la norma actual, gran parte de las gestiones de interés realizadas por empresas como Corpesca no habrían sido registradas, debido a que la ley no impone obligaciones de transparencia a los actores privados que ejercen influencia (Heiss & López, 2016). Durante dicha tramitación, Corpesca impulsó un artículo transitorio que permitió a la empresa evitar pagos por más de \$4.700 millones en impuestos, además de obtener cuotas pesqueras por 20 años con renovación automática, lo que benefició exclusivamente al sector industrial (Heiss & López, 2016). La posterior condena del senador Jaime Orpis por cohecho y fraude al fisco, al recibir pagos sistemáticos de Corpesca mientras se tramitaba la ley, demuestra el riesgo de captura normativa cuando no existe un sistema efectivo de fiscalización y trazabilidad (Poder Judicial de Chile,

2021). En contraste, el entonces ministro de Economía Pablo Longueira, quien incorporó indicaciones favorables al sector, no fue condenado penalmente, dado que no se acreditó beneficio personal directo (Heiss & López, 2016). La falta de sanciones para los actores privados involucrados, sumado a la obligación unilateral de registro impuesta solo a autoridades públicas, evidencia una falencia estructural de la Ley N.º 20.730: su incapacidad para capturar y transparentar toda la cadena de influencia política (Consejo para la Transparencia, 2019).

Otro caso que expone con claridad una falencia normativa de la Ley N.º 20.730 es el del exdiputado Iván Fuentes. Durante su período parlamentario, Fuentes reconoció haber recibido aportes económicos mensuales desde el sector pesquero industrial, específicamente de la Federación de Industrias Pesqueras del Sur Austral (FIPES), (Mostrador, 2016). Estos pagos informales y sin vínculos contractuales, fueron justificados como apoyo para su trabajo territorial, pero coincidieron con su participación activa en debates legislativos sobre materias sensibles para el rubro pesquero. Si bien no se probó una contraprestación explícita, el beneficio económico personal del diputado, en el contexto de su rol como autoridad con poder de voto, constituye un claro caso de gestión de intereses encubierta.

La actual legislación, vigente en este caso, no consideró este episodio como lobby formal, ya que los actores involucrados no cumplían con la definición legal de "lobbistas": no eran profesionales remunerados en esa función, ni estaban obligados a registrarse como gestores de intereses particulares. Esta ambigüedad permitió que la influencia ejercida por representantes empresariales se mantuviera fuera del sistema de transparencia, sin obligación de declarar reuniones, entregas de dinero o los temas abordados. A su vez, el propio diputado no registró tales interacciones, amparado en la inexistencia de una audiencia formal.

Este caso demuestra que el marco legal vigente permite que actores relevantes operen en zonas grises, donde la influencia política se ejerce sin escrutinio. El episodio de Iván Fuentes evidencia cómo la actual distinción entre lobbista y gestor de intereses particulares dificulta la trazabilidad de las gestiones, permitiendo que ciertos vínculos

influyentes queden fuera del control ciudadano, especialmente cuando no existe remuneración directa o formalidad contractual.

El conflicto socioambiental en torno a la planta de celulosa CELCO-Valdivia constituye un caso paradigmático de desigualdad estructural en el acceso a la deliberación pública. Aunque los hechos ocurrieron en 2004, una década antes de la entrada en vigencia de la Ley N.º 20.730, su análisis evidencia un problema que la normativa actual no resuelve: la influencia unilateral de actores con mayor poder económico. Mientras CELCO sostuvo múltiples reuniones y gestiones institucionales para defender su proyecto, comunidades locales y organizaciones ambientalistas enfrentaron barreras sistemáticas para acceder a espacios de decisión, a pesar de haber participado en instancias formales como el proceso de evaluación ambiental (Durán, 2006). La Ley de Lobby, aún vigente, tampoco garantiza mecanismos de acceso equitativo ni criterios de pluralidad en la representación de intereses. Un estudio de CIPER Chile (CIPER Chile, 2024) indica que más del 80% de las reuniones registradas en el sistema de lobby corresponden a empresas o gremios, y solo un 5% a organizaciones sociales, lo que sugiere que la norma perpetúa una estructura de representación desigual.

Aunque en los casos analizados se ha evidenciado las debilidades estructurales de la Ley N.º 20.730, también existen situaciones en las que la normativa vigente ha permitido un mayor nivel de visibilidad respecto a las gestiones de interés. Un ejemplo representativo es la tramitación de la Ley General de Bancos (Ley N.º 21.130), promulgada en 2018. Durante este proceso, la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras (ABIF) sostuvo múltiples audiencias con autoridades del Ministerio de Hacienda y miembros del Congreso, las cuales fueron debidamente registradas en el portal de lobby institucional (Consejo para la Transparencia, 2021). Este registro público permitió a medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil acceder a información básica sobre las gestiones realizadas, incluyendo los nombres de los asistentes, las autoridades involucradas y los temas discutidos (Cámara de Diputadas y Diputados de Chile, 2021).

Sin embargo, este caso también permite evidenciar las limitaciones persistentes del sistema actual. Aunque el registro de audiencias aportó visibilidad formal, la ley no

exige a los sujetos activos transparentar el contenido sustantivo de sus propuestas ni la frecuencia o profundidad de sus gestiones. Además, la plataforma no permite vincular automáticamente estas audiencias con las modificaciones introducidas en el proyecto de ley ni con eventuales coincidencias entre indicaciones parlamentarias y los intereses del sector representado. La trazabilidad real de la influencia se ve limitada, ya que no existe una “huella legislativa” que permita conocer cómo y en qué medida las gestiones de lobby inciden efectivamente en la toma de decisiones (Fundación Directorio Legislativo, 2021).

Finalmente, la ausencia de un sistema eficaz de fiscalización y sanciones limita la capacidad operativa de la Ley N.º 20.730. Diversos reportes internacionales, como el de la OCDE (2024), han documentado la debilidad del régimen sancionatorio en Chile: no se especifica una autoridad encargada de investigar ni aplicar multas, y las multas previstas resultan bajas frente a los beneficios potenciales del incumplimiento, (OCDE, 2024).

En conjunto, los casos analizados, evidencian cómo la legislación vigente presenta vacíos normativos que dificultan el control efectivo de las gestiones de interés. La falta de obligaciones para los sujetos activos, las distinciones legales que permiten eludir el registro formal, la desigualdad estructural en el acceso a autoridades, y la limitada trazabilidad de la influencia real sobre decisiones legislativas, configuran un marco regulatorio que no garantiza transparencia, trazabilidad ni equidad en la representación de intereses (Consejo para la Transparencia, 2019; CIPER, 2024; Fundación Directorio Legislativo, 2021; Heiss & López, 2016).

CAPITULO 3: DIAGNÓSTICO

Para comprender la relevancia y alcance del proyecto de modernización de la Ley del Lobby (Boletín N.º 16.888-06), resulta imprescindible contrastarlo con la normativa vigente. Esta comparación no solo permite dimensionar si la propuesta representa una mejora sustantiva del marco legal actual, sino también evaluar su coherencia con los estándares nacionales e internacionales en materia de transparencia e integridad pública. El siguiente diagnóstico establece ese contraste fundamental, analizando la Ley N.º 20.730 como base institucional sólida pero debilitada por su implementación, y luego examinando críticamente el contenido, omisiones y posibles oportunidades estratégicas del proyecto de modernización.

3.1 Análisis Comparado de la Ley N.º 20.730 y el Proyecto de Ley que la Moderniza (Boletín N.º 16.888-06)

El proyecto de ley contenido en el Boletín N.º 16.888-06 introduce una serie de reformas a la Ley N.º 20.730. Estas modificaciones se articulan en torno a ocho ejes que ya han sido expuestos en detalle.

Con el objetivo de identificar los principales cambios normativos y su alcance, se presenta a continuación un análisis comparado entre la legislación vigente y el nuevo proyecto de ley. Este contraste se organiza según los ocho ejes mencionados y se sintetiza en el siguiente cuadro:

CUADRO COMAPRATIVO

Eje	Ley N.ª 20.730 (vigente)	Proyecto de Ley (Boletín N.º 16.888-06)
1.Nuevo estatuto de representante de intereses	Distingue entre lobbista (remunerado) y gestor de intereses (no remunerado).	Unifica ambas categorías bajo “representante de intereses” e incorpora “representante calificado”

Eje	Ley N.º 20.730 (vigente)	Proyecto de Ley (Boletín N.º 16.888-06)
2. Ampliación del concepto de lobby	Limitado a reuniones presenciales, excluye intermediación.	Incluye gestiones indirectas, intermediación, y gestiones para influir en nombramientos.
3. Nuevos sujetos pasivos obligados	Cobertura limitada a autoridades centrales y cargos superiores.	Amplía a jefaturas de nivel medio, directores municipales, Banco Central, autoridades electas desde proclamación.
4. Nueva definición de sujetos activos	Solo quienes ejercen influencia remunerada deben registrarse.	Toda persona natural o jurídica que represente intereses, incluso sin remuneración, debe registrarse.
5. Obligaciones por medios digitales y escritos	No contempla comunicaciones digitales ni acciones indirectas.	Obliga a registrar gestiones digitales (correos, apps) y publicaciones (incluso gratuitas) con fines de lobby.
6. Portal único de acceso público	Registros separados por institución; sin centralización.	Centralización en un único portal gestionado por el Consejo para la Transparencia.
7. Reformulación del sistema sancionatorio	Multas entre 10 y 50 UTM sin diferenciación ni procedimientos claros.	Se definen tipos de infracción, sanciones diferenciadas y procedimientos específicos. Registros públicos de sancionados.
8. Inhabilidades ("puerta giratoria")	No contempla restricciones post cargo.	Prohíbe ejercer lobby por 1 años tras dejar el cargo; impide ingresar a cargos públicos si hubo lobby reciente.

3.2 Debilidades de la Ley Vigente y Omisiones del Proyecto

La Ley N.º 20.730, representó un avance normativo importante en la regulación de las gestiones de interés ante autoridades públicas. Sin embargo, a más de una década de su entrada en vigencia, diversas evaluaciones coinciden en que su capacidad de fiscalización es débil, su régimen sancionatorio es limitado, y su implementación carece de trazabilidad legislativa o normativa real (OCDE, 2021; CPLT, 2020).

Frente a este diagnóstico acumulado, el proyecto de modernización propone una serie de modificaciones, como la figura del “representante de intereses” y la obligación de registrar gestiones digitales, pero omite aspectos estructurales ampliamente diagnosticados: el fortalecimiento del Consejo para la Transparencia, la incorporación de huella legislativa y un sistema de sanciones efectivas (OCDE, 2024; Leturia, 2023; Drago, 2024).

3.3 Críticas institucionales y consenso técnico frente al Proyecto de Modernización

Actores relevantes en materia de Transparencia, han coincidido en que el proyecto actualmente en tramitación no responde a los aprendizajes acumulados ni a los desafíos de control real. Leturia lo calificó como “una pésima idea” por su superficialidad normativa; Drago ha señalado que el texto no “entrega institucionalidad ni fiscalización”; y Precht enfatizó que “la reforma no tiene sentido si no fortalece al fiscalizador”. Estas opiniones no son aisladas: coinciden con las recomendaciones de la OCDE, la Comisión Engel (2015), Chile Transparente, Ciudadanía Inteligente, entre otras.

3.4 Un avance habilitante: la figura del “representante de intereses”

Pese a las omisiones estructurales, el proyecto introduce una innovación conceptual relevante: la unificación de las figuras de lobista y gestor en una sola categoría jurídica denominada “representante de intereses”. Este cambio permite incorporar al sistema regulado a actores que históricamente han influido en decisiones públicas sin estar sujetos a control ni registro, como estudios jurídicos, gremios, consultoras, ONG, think tanks y asesores externos.

Este avance conceptual, aunque insuficiente por sí solo, habilita una narrativa ética clave: toda persona o institución que busque incidir en decisiones públicas debe estar registrada, identificada y sujeta a fiscalización ciudadana.

3.5 Conclusión del diagnóstico

En síntesis, el proyecto de ley contenido en el Boletín N.º 16.888-06 no constituye una solución integral a los déficits estructurales del sistema chileno de transparencia. La comparación sistemática con la Ley N.º 20.730, expuesta en el cuadro anterior, demuestra que la mayoría de los cambios propuestos son operativos, no estructurales, y podrían haberse implementado mediante modificaciones reglamentarias o administrativas, sin necesidad de un nuevo marco legal.

Por ejemplo, la incorporación de medios digitales como canales para realizar gestiones de interés, la obligación de reportes periódicos o la ampliación de los sujetos pasivos obligados podrían haberse materializado mediante ajustes al reglamento actual. Del mismo modo, la creación de un portal único de registro no exige una ley para su desarrollo, y el sistema sancionatorio mantiene exactamente el mismo rango de multas (entre 10 y 50 UTM), sin avances en proporcionalidad ni en eficacia disuasiva. Incluso la aparente ampliación de sujetos activos se vuelve redundante cuando se unifica la categoría bajo la nueva figura de “representante de intereses”.

Tampoco se incorpora una huella legislativa ni se entrega al Consejo para la Transparencia facultades nuevas de fiscalización, sanción o interpretación normativa, pese a ser este uno de los déficits más reiteradamente diagnosticados por la OCDE, el CPLT, y diversos actores técnicos y políticos.

En este contexto, la única innovación que sí requiere una reforma legal y que justifica normativamente la existencia del proyecto es la creación del “representante de intereses” como figura legal unificada. Esta modificación conceptual permitiría, por primera vez, incluir a todos los actores que ejercen influencia política en una sola categoría jurídica, obligándolos a registrarse y dejando atrás la distinción técnica entre lobistas y gestores.

3.6 Análisis FODA: Proyecto de Modernización de la Ley del Lobby

Como parte del diagnóstico integral, se presenta a continuación un análisis FODA del proyecto de ley contenido en el Boletín N.º 16.888-06. Este instrumento permite identificar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas en relación con el marco normativo vigente y el contexto institucional y político, aportando una mirada estratégica que complementa el diagnóstico técnico realizado en los puntos anteriores.

Fortalezas	Debilidades
Crea una nueva figura jurídica: el “representante de intereses”, que unifica las categorías previas de lobista y gestor, ampliando la trazabilidad de actores. Otorga por primera vez reconocimiento legal a un concepto que permite identificar de forma más clara a quienes ejercen influencia política ante el Estado. Representa un primer paso hacia una regulación más comprensiva y menos ambigua en torno a las gestiones de interés.	Omite la incorporación de una huella legislativa que permita rastrear el impacto real de las gestiones sobre decisiones normativas. No fortalece el régimen sancionatorio: mantiene el mismo rango de multas sin mecanismos eficaces de disuasión. No amplía las atribuciones del Consejo para la Transparencia, que sigue sin capacidad real de fiscalización o sanción. No aborda el lobby informal ni define mecanismos para regularlo. - Propone medidas que, salvo la nueva figura legal, podrían haberse implementado vía reglamento, lo que debilita su justificación como proyecto de ley.

Oportunidades	Amenazas
Permite activar un debate ciudadano y político sobre la necesidad de fortalecer la trazabilidad y el control democrático sobre la influencia privada. Habilita una narrativa estratégica y ética centrada en la transparencia como principio estructural del ejercicio público. Puede servir como punto de partida simbólico para reformas institucionales futuras, presionadas desde la sociedad civil. Abre un margen para instalar en agenda las recomendaciones acumuladas de organismos como la OCDE, el CPLT.	La aprobación del proyecto podría consolidar una ilusión de reforma y desactivar la presión pública por cambios estructurales. La narrativa institucional podría quedar capturada por el discurso de “misión cumplida”, neutralizando futuros avances. La falta de impacto real puede minar la confianza pública y generar cinismo respecto a las promesas de transparencia. Puede utilizarse políticamente como justificación para cerrar el ciclo legislativo sin atender las recomendaciones técnicas más relevantes.

El proyecto de modernización de la Ley del Lobby presenta una debilidad técnica evidente: no resuelve los problemas centrales del sistema vigente. Sin embargo, contiene una fortaleza jurídica y simbólica que puede ser estratégicamente aprovechada: la definición legal del “representante de intereses”. Esta figura, al unificar y ampliar el universo de sujetos obligados a inscribirse, visibiliza a quienes históricamente han ejercido poder sin estar sujetos a control.

CAPITULO 4: CAMPAÑA POLÍTICA

“Promover la Aprobación del Proyecto de Modernización de la Ley del Lobby (Boletín N° 16.888-06)”

4.1 Fundamentación Estratégica

Este trabajo se enmarca en un mandato académico: diseñar una campaña de comunicación política que promueva la aprobación del proyecto de modernización de la Ley del Lobby (Boletín N.º 16.888-06), como ejercicio final del Magíster en Comunicación Política y Asuntos Públicos de la Universidad Adolfo Ibáñez. Esta tarea no responde a una adhesión técnica ni ideológica al contenido del proyecto, sino al desafío formativo de demostrar la capacidad profesional de estructurar estrategias narrativas incluso en contextos institucionalmente débiles (Stone, 2012).

El diagnóstico desarrollado en este informe ha sido categórico: el proyecto presenta omisiones sustantivas que impiden considerarlo una solución robusta al problema del lobby en Chile. No incluye mecanismos de trazabilidad legislativa, no fortalece el régimen sancionatorio, mantiene las limitaciones fiscalizadoras del Consejo para la Transparencia (CPLT) y omite regulaciones concretas sobre el lobby informal o no remunerado. Estas deficiencias han sido evidenciadas a lo largo de este trabajo.

A pesar de estas debilidades estructurales, el proyecto contiene un componente que habilita una oportunidad estratégica: la creación de la figura legal del “representante de intereses”. Esta figura, que reemplaza las categorías de “lobbista” y “gestor de intereses”, permite por primera vez identificar a actores que históricamente han ejercido influencia sobre decisiones públicas sin estar sujetos a ningún tipo de registro o control. Su inclusión permite cerrar brechas normativas y habilita un nuevo principio de trazabilidad que puede ser resignificado y amplificado desde una perspectiva ética y política (OCDE, 2021).

Desde esta comprensión, la campaña no busca celebrar el proyecto en su conjunto, sino utilizarlo como plataforma simbólica para instalar una exigencia ciudadana más ambiciosa: el control democrático de las gestiones de interés. En lugar de validar el proyecto, la estrategia se centra en visibilizar lo que este habilita: un debate profundo

sobre la transparencia, la rendición de cuentas y la necesidad de avanzar hacia una arquitectura institucional coherente con los estándares internacionales.

En este marco, la campaña construye un mensaje central sintetizado en el eslogan “Si influye, se registra”, el cual proyecta con claridad la demanda por trazabilidad y fiscalización ciudadana. Está dirigida a actores clave del sistema político, autoridades legislativas, institucionales y expertas, pero busca, a través de ellos, movilizar también a la ciudadanía y posicionar el tema en la opinión pública. Se trata de una interpelación ética y política: toda persona o institución que busque incidir en decisiones públicas debe ser identificada, registrada y sujeta a control. La campaña, así concebida, no clausura el debate, lo activa; no legitima la insuficiencia, la expone; no busca cerrar una reforma, sino abrir un ciclo de presión pública por una modernización real, efectiva y ética del sistema de lobby en Chile.

Público objetivo

La campaña se dirige principalmente a stakeholders institucionales y políticos, autoridades legislativas, expertos, organismos de transparencia y medios especializados, con el fin de posicionar el concepto de “representante de intereses” en la agenda pública. A través de esta incidencia estratégica, se busca movilizar también a la opinión pública, generando presión ciudadana para avanzar hacia una regulación más exigente, trazable y ética del lobby en Chile.

4.2 Plan de Posicionamiento Político

El posicionamiento político de esta campaña se construye sobre su potencial simbólico para abrir una conversación pública más exigente en torno a la trazabilidad del poder. A pesar de sus debilidades normativas, ya mencionadas, el proyecto introduce por primera vez la figura del representante de intereses, lo que habilita una reinterpretación del perímetro de lo regulable en materia de influencia.

Esta campaña, entonces, no promueve lo que el proyecto resuelve, sino lo que permite visibilizar: un principio democrático básico donde toda persona o institución que incida en decisiones públicas debe ser registrada y sujeta a control ciudadano. Bajo esta

lógica, se adopta un posicionamiento cívico-estratégico, que aprovecha lo que Stone (2012) denomina ventanas narrativas, es decir, momentos en que una reforma limitada puede resignificarse como el inicio de un ciclo transformador si se instala en el marco discursivo adecuado.

4.3 Estrategia General de la Campaña

“Promover la aprobación del proyecto de ley con modificaciones, con énfasis en el concepto de “representantes de intereses”.

Esta campaña asume un desafío estratégico: impulsar la aprobación del proyecto de modernización de la Ley del Lobby (Boletín N.º 16.888-06), a pesar de sus limitaciones, pero condicionando dicha aprobación a la incorporación de las modificaciones indispensables propuestas por organismos expertos.

La estrategia reconoce un punto de partida legítimo: la inclusión de la figura del “representante de intereses”. Esta redefinición conceptual, que unifica a lobbistas y gestores en una única categoría obligada a registrarse, permite visibilizar formas de influencia hasta ahora exentas de control público. A partir de esta base, la campaña construye una narrativa anclada en un principio ético simple, pero contundente: “Si influye, Se registra”.

Así, la campaña no se limita a respaldar el proyecto tal como está presentado. Su objetivo es doble: primero, utilizar la discusión legislativa como plataforma para visibilizar las carencias del modelo actual de regulación; y segundo, tensionar el debate público y político para que las candidaturas presidenciales y parlamentarias incorporen, en sus programas y equipos técnicos, las reformas estructurales necesarias. De este modo, se proyecta una incidencia a mediano plazo, en la que una futura administración impulse una versión mejorada y técnicamente robusta del proyecto hoy en discusión.

En definitiva, la estrategia se articula como un ejercicio de comunicación política que transforma una iniciativa débil en una oportunidad narrativa, legislativa y ciudadana para fortalecer la democracia, la rendición de cuentas y la transparencia estructural del Estado.

4.4 Objetivo Comunicacional

El objetivo comunicacional de esta campaña es posicionar en la agenda pública el concepto de “representante de intereses” como el eje central, legítimo y políticamente movilizador del proyecto de modernización de la Ley del Lobby. Esta figura permite visibilizar a todos los actores, formales e informales, que ejercen influencia sobre decisiones públicas, más allá de su carácter profesional o remunerado.

Desde una perspectiva estratégica, la campaña busca resignificar un proyecto legislativo insuficiente, transformándolo en una plataforma capaz de abrir un nuevo ciclo normativo. Así, se impulsa una narrativa que combina exigencia ética, trazabilidad institucional y presión ciudadana acumulativa, sintetizada en el lema central: “Si influye, Se registra”.

4.5 Objetivos Estratégicos de la Campaña

Una vez definido el objetivo comunicacional principal, posicionar el concepto de “representante de intereses” como eje narrativo del proyecto de la Ley del Lobby 2.0, se desprenden de este propósito central, objetivos estratégicos que orientan la acción política y comunicacional de la campaña. Estos objetivos no solo reflejan las oportunidades detectadas en el diagnóstico y en el análisis comparado entre la normativa vigente y la propuesta de reforma, sino que también responden a la necesidad de incidir en los distintos niveles del ecosistema institucional y deliberativo, impulsando una reforma efectiva y legítima.

- 1) Reformar la legislación con ajustes indispensables al proyecto actualmente en tramitación, incorporando las modificaciones técnicas propuestas por organismos especializados. Estas recomendaciones incluyen: la creación de una huella legislativa efectiva, el fortalecimiento de las facultades fiscalizadoras del CPLT, la regulación del lobby informal y no remunerado, y el diseño de un régimen sancionatorio proporcional, disuasivo y ejecutable.

- 2) Posicionar el concepto de “representante de intereses” en el sistema político, legislativo y comunicacional, como categoría normativa central para ampliar el perímetro de regulación de las gestiones de interés. Esta figura, que

reemplaza a los tradicionales lobbistas y gestores, habilita la trazabilidad de nuevos actores que históricamente han influido en la toma de decisiones públicas sin estar sujetos a control ciudadano.

3) Instalar la discusión pública sobre la trazabilidad de la influencia privada como prioridad en la agenda democrática, visibilizando las debilidades del sistema actual y movilizandopresión desde medios de comunicación, centros de estudio, actores parlamentarios y organizaciones ciudadanas.

4.5 Ejes Estratégicos de la Campaña

Para traducir la estrategia general en acciones discursivas y comunicacionales concretas, se han definido tres ejes estratégicos que guían el relato central de la campaña: “Si influye, se registra”. Cada eje responde a un aspecto crítico identificado en el diagnóstico y busca articular una narrativa que impulse una comprensión más exigente del problema del lobby no regulado en Chile.

Eje 1: Visibilizar lo invisible: Hacia una transparencia inclusiva del poder

Uno de los principales déficits del modelo chileno de regulación del lobby radica en su limitada concepción del sujeto activo. Actualmente, la ley se enfoca en actores profesionalizados y remunerados, dejando fuera a una multiplicidad de influencias informales. Esta exclusión genera una opacidad estructural que socava la legitimidad democrática de las decisiones públicas.

La campaña propone resignificar esta omisión mediante la figura del representante de intereses, incorporada en el proyecto como una nueva categoría legal que unifica a lobbistas y gestores bajo un mismo estándar regulatorio. Esta figura permite visibilizar actores tradicionalmente ausentes del control institucional, lo que se alinea con las recomendaciones de la OCDE. (2021).

Así, se propone una comprensión inclusiva de la transparencia, basada en la trazabilidad de todas las gestiones orientadas a influir en decisiones públicas. El mensaje central de este eje es claro: “Si influye, Se registra”.

Eje 2: Un primer paso, no la solución: El valor político del avance mínimo

Aunque el proyecto de modernización presenta falencias significativas, no debería ser desechado en su totalidad. Su valor reside en el potencial simbólico de abrir un nuevo ciclo de discusión institucional, a partir del cual se proyecte una reforma más profunda, técnica y fiscalizadora. En este sentido, la campaña no busca instalar una idea de cierre legislativo, sino todo lo contrario: habilitar una conversación pública más exigente, acumulativa y políticamente orientada al fortalecimiento del sistema.

Este enfoque se vincula con las teorías del cambio incremental en las políticas públicas (Lindblom, 1959), las cuales sostienen que reformas graduales, aunque limitadas en su alcance inmediato, pueden generar efectos políticos y narrativos significativos al instalar nuevos marcos interpretativos. Como señala Stone (2012), incluso reformas aparentemente débiles pueden adquirir poder simbólico si se articulan mediante estrategias comunicacionales coherentes y sostenidas.

Desde esta lógica, la narrativa se articula en torno a una tensión productiva: visibilizar no es transformar, pero constituye el primer paso hacia una arquitectura institucional más robusta.

Eje 3: Transparencia con trazabilidad: Por una democracia con memoria

En el debate sobre la transparencia, ha predominado una concepción procedimental centrada en el registro de audiencias y reuniones. Sin embargo, esta dimensión resulta insuficiente si no va acompañada de mecanismos de trazabilidad normativa, capaces de seguir el impacto real que las gestiones de interés tienen sobre la redacción, modificación o rechazo de leyes, reglamentos o políticas públicas.

Diversos informes internacionales han advertido que sin una huella legislativa clara y accesible, los sistemas de transparencia quedan incompletos, dificultando la rendición de cuentas efectiva y debilitando la memoria institucional del proceso democrático (OCDE, 2024; CPLT, 2023). Por ello, este eje busca instalar en la agenda pública la necesidad de ir más allá del mero registro, exigiendo herramientas que permitan reconstruir, paso a paso, la influencia que se ejerce sobre la toma de decisiones.

Una democracia moderna no solo debe saber quién se reúne con quién, sino también cómo esas reuniones afectan el contenido normativo. En consecuencia, sin huella legislativa, no hay transparencia real.

4.6 Stakeholders Estratégicos de la Campaña

Para lograr los objetivos planteados, la campaña “Si influye, se inscribe” debe identificar y activar a los actores clave del sistema político, social y comunicacional. Estos stakeholders cumplen funciones diferenciadas en la cadena de incidencia y deben ser abordados mediante estrategias específicas de activación, persuasión o contención. A continuación, se describen los principales grupos involucrados:

- Actores político-legislativos

Incluye a parlamentarios, especialmente miembros de las comisiones de Ética, Gobierno Interior y Constitución, y a sus equipos programáticos y asesores legislativos. Se consideran actores clave porque tienen capacidad directa de decisión o influencia sobre la tramitación del proyecto de ley. En este grupo, destacan figuras que han manifestado apertura a debatir el fortalecimiento del marco regulatorio del lobby, así como otros con posturas más escépticas o técnicas, con los que se debe articular un discurso estratégico con énfasis en la trazabilidad y el control democrático.

- Organizaciones de la sociedad civil

Fundaciones como Espacio Público, Ciudadanía Inteligente, Chile Transparente, han jugado un rol sostenido en el fortalecimiento de la transparencia institucional. Su participación puede legitimar públicamente la campaña, pero también tensionar sus límites si perciben un uso superficial del proyecto. El diálogo debe orientarse a su incorporación como aliadas técnicas y voceras de la necesidad de avanzar hacia una fiscalización real del lobby informal.

- Gremios empresariales y asociaciones de lobby

Agrupaciones como la CPC, SOFOFA, o la Asociación Chilena de Empresas de Lobby representan intereses que podrían percibir esta campaña como una amenaza a

sus formas actuales de incidencia. Su papel no debe ser ignorado: es fundamental establecer un canal de diálogo técnico que permita explicar el alcance del concepto de “representante de intereses” y su diferenciación respecto de prácticas legítimas de incidencia.

- Medios de comunicación y periodistas especializados

Los medios cumplen un rol estratégico en la visibilización del problema público. Su interés debe ser captado no solo mediante comunicados de prensa, sino también a través de la construcción de historias, columnas de opinión, reportajes colaborativos y acceso preferente a cifras o testimonios. La articulación con periodistas de política y transparencia será clave para amplificar el mensaje y dotarlo de credibilidad.

- Académicos y expertos en derecho público

Los expertos cumplen un rol clave en la legitimación técnica y ética de la campaña. Desde el mundo académico y las instituciones vinculadas a la transparencia, han surgido múltiples voces que, si bien no adhieren al proyecto de modernización, coinciden en la necesidad urgente de fortalecer los mecanismos de trazabilidad, fiscalización y control público de la influencia política.

En este grupo destacan figuras como Alberto Precht, María Jaraquemada y Bernardo Navarrete, cuyas intervenciones han aportado, en el presente trabajo, argumentos técnicos y políticos en favor de una regulación más exigente. También cabe recoger el legado del economista Eduardo Engel, cuya labor en la Comisión Anticorrupción de 2015 sentó las bases para incorporar estándares de huella legislativa, sistemas sancionatorios eficaces y lineamientos OCDE, principios que siguen vigentes y que inspiran esta campaña (Engel, Navia & Rojas, 2015).

La articulación con este grupo será clave tanto para validar las propuestas de mejora del proyecto como para dotar a la narrativa de un respaldo técnico que trascienda la lógica partidista o electoral.

4.7 Diseño de la Campaña: Estrategia Táctica por Objetivo

A partir del diagnóstico crítico y el análisis estratégico desarrollado en las secciones anteriores, esta campaña se concibe como una herramienta de intervención narrativa en un contexto institucional débil pero políticamente movilizable. Aunque el proyecto de modernización de la Ley del Lobby (Boletín N.º 16.888-06) no constituye una reforma estructural robusta, su valor simbólico radica en la inclusión de la figura del “representante de intereses”, que permite abrir una nueva discusión pública sobre la trazabilidad del poder en Chile.

El diseño de esta campaña no responde a una lógica de promoción técnica del proyecto, sino a una estrategia comunicacional que busca resignificarlo como punto de partida discursivo e institucional. Se propone activar una narrativa incrementalista que posicione las falencias actuales del sistema de control del lobby, instale presión social y visibilidad mediática, y legitime este proyecto como el inicio de un ciclo reformista más ambicioso.

En coherencia con lo anterior, y como ya se ha dicho, el objetivo comunicacional central es posicionar el concepto de “representante de intereses” como eje legítimo, movilizador y estructurante de una nueva forma de fiscalización del poder, capaz de visibilizar la incidencia informal y proyectar una exigencia ciudadana por mayor trazabilidad democrática.

El diseño que a continuación se presenta aborda los principales componentes operativos de la campaña: posicionamiento político, acciones comunicacionales y políticas diferenciadas según actores clave, organización del equipo responsable y planificación multicanal del despliegue. Cada uno de estos elementos se encuentra orientado a cumplir con los objetivos estratégicos definidos, incorporando además una lógica de evaluación e iteración progresiva, acorde a los estándares contemporáneos de incidencia política en contextos democráticos complejos.

4.8 Relato de la campaña

Vivimos en un país donde el poder influye, pero no siempre se deja ver. Las decisiones públicas muchas veces se toman en la sombra, sin registro, sin nombre, sin rastro. Aunque sabemos que hay actores que empujan leyes, presionan contratos o frenan reformas, rara vez sabemos quiénes son, cómo operan y qué impacto tienen. Esta opacidad no es inocua: puede determinar el avance o estancamiento de diversas políticas sociales.

El proyecto de modernización de la Ley del Lobby (Boletín N.º 16.888-06) no soluciona este problema estructural. Pero introduce una fisura relevante: la figura del representante de intereses, que reconoce que no solo los lobbistas profesionales ejercen influencia. Desde esa grieta, esta campaña construye una narrativa de presión: si el poder se organiza para incidir, la sociedad debe organizarse para fiscalizar.

Esta es una campaña de exigencia. Resignifica un avance débil como un primer paso para tensionar el sistema. Propone una democracia con memoria institucional, donde toda gestión de interés deje huella. Porque el poder sin control no es legítimo.

4.9 Acciones por Objetivo Estratégico

A partir de los objetivos estratégicos definidos, esta campaña se estructura mediante un conjunto de acciones tácticas dirigidas a los actores previamente identificados. Estas acciones buscan traducir el diagnóstico y la narrativa general en intervenciones concretas, medibles y coherentes con el propósito comunicacional central: posicionar la trazabilidad del poder como una demanda ética, institucional y ciudadana.

Para ello, cada acción se orienta a incidir directamente en las esferas política, mediática y social, utilizando herramientas discursivas, recursos gráficos y articulación con actores relevantes del ecosistema de transparencia.

Objetivo Estratégico 1:

Reformar la legislación con ajustes necesarios al proyecto actual, incorporando las modificaciones propuestas por organismos expertos como la OCDE, el CPLT y organizaciones de la sociedad civil.

Acciones asociadas:

- Organización de reuniones técnicas con asesores legislativos y equipos programáticos de candidaturas presidenciales para presentar propuestas de mejora al proyecto.
- Elaboración y entrega de un informe comparado (ley vigente vs. proyecto) a los presidentes de comisiones parlamentarias relevantes (Gobierno Interior, Constitución, Ética).
- Publicación de columnas de opinión en medios de incidencia política firmadas por académicos como Precht o Navarrete, señalando las mejoras necesarias.
- Envío del documento de recomendaciones técnicas a centros de estudios como Espacio Público y Chile Transparente, solicitando su pronunciamiento público.
- Organización de un foro preelectoral con representantes de la sociedad civil para consensuar mejoras al proyecto y compromisos programáticos.

Objetivo Estratégico 2:

Posicionar el concepto de “representante de intereses” en el sistema político y en la opinión pública como categoría normativa que amplía el perímetro de control de la influencia privada sobre lo público.

Acciones asociadas:

- Campaña en redes sociales con gráficas simples y potentes que expliquen qué es un “representante de intereses” y cómo se diferencia del lobby tradicional.

- Producción de microvideos animados con ejemplos concretos de actores informales que ejercen influencia sin registro público.
- Envío de fichas pedagógicas sobre el concepto a medios de comunicación, periodistas especializados y panelistas políticos.
- Inclusión del tema en debates públicos mediante vocerías técnicas en matinales, radios y podcasts, centrando la discusión en la necesidad de registrar toda forma de influencia.
- Solicitud a parlamentarios influyentes para que utilicen el término en intervenciones públicas y lo introduzcan en sus discursos legislativos.

Objetivo Estratégico 3:

Instalar la discusión sobre transparencia y trazabilidad de la influencia como una prioridad en el debate público, movilizando presión social, visibilidad mediática y articulación entre actores políticos, académicos y ciudadanos.

Acciones asociadas:

- Elaboración de una “Huella Legislativa Ciudadana”: documento con propuestas para implementar mecanismos de trazabilidad legislativa, difundido en redes y entregado al Congreso.
- Campaña de recolección de firmas virtuales exigiendo mayor transparencia y trazabilidad en el proceso legislativo.
- Difusión de casos mediáticos donde la falta de trazabilidad permitió presiones indebidas o lobby encubierto.
- Organización de una jornada abierta de incidencia con expertos, y ciudadanía en dependencias del CPLT.
- Colaboración con universidades para incluir módulos sobre trazabilidad del poder en actividades académicas de formación cívica y derecho público.

CAPÍTULO 5: ORGANIZACIÓN

5.1 Organización de la Campaña

Una campaña política efectiva no solo depende de su narrativa externa, sino también de su organización interna. La coherencia entre objetivos, audiencias y estructura es esencial para lograr impacto político. La campaña “Si influye, se inscribe” adopta una lógica modular, con equipos especializados que se articulan en torno a cinco funciones clave:

- Dirección Estratégica y Curaduría del Relato: una figura central resguarda la coherencia narrativa, clave para una campaña que no defiende técnicamente una ley, sino que la resignifica simbólicamente (Entman, 1993; Stone, 2012).
- Producción de Contenidos: equipo a cargo del desarrollo visual y narrativo, guiado por el principio de “experiencia significativa” más que informativa.
- Incidencia Política: vinculación con parlamentarios, centros de estudio y ONGs.
- Participación Ciudadana: acciones con colectivos, estudiantes y redes sociales para ampliar la demanda por trazabilidad más allá del Congreso.
- Coordinación y Evaluación: responsable de planificar, monitorear y ajustar la ejecución táctica. Aplica dinámicas de campañas temáticas con rutinas regulares de revisión.

Además, se contempla una fase de inducción interna, donde todo el equipo recibe formación sobre el diagnóstico, los objetivos y el posicionamiento estratégico. Esta medida garantiza alineación narrativa y refuerza el profesionalismo de la campaña.

5.2 Plan Comunicacional: Canales de Difusión y Plataformas Estratégicas

El despliegue comunicacional de esta campaña no responde a una lógica exclusivamente informativa, sino a una estrategia de instalación simbólica del mensaje.

Una campaña política efectiva no transmite solo datos, sino que enmarca el conflicto público desde una narrativa legítima, emocionalmente resonante y políticamente movilizadora.

En este caso, se busca posicionar el concepto de “representante de intereses” como nuevo estándar de fiscalización democrática, apelando tanto a tomadores de decisión como a ciudadanía activa. Para ello, se define una estrategia de doble anclaje: por un lado, se activan canales formales y medios tradicionales de alta incidencia política; por otro, se despliega una campaña digital-multicanal, capaz de viralizar contenidos y construir presión desde abajo hacia arriba.

5.3 Medios de comunicación tradicionales

En el diseño de campañas de incidencia política, los medios de comunicación tradicionales no solo cumplen funciones informativas, sino que operan como espacios de validación simbólica e instalación de marcos interpretativos en los círculos de poder. En Chile, El Mercurio y La Tercera continúan siendo plataformas altamente influyentes entre parlamentarios, asesores, gremios empresariales y formadores de opinión, especialmente a través de sus secciones editoriales, columnas de opinión y cartas al director. Por esta razón, su inclusión en la estrategia comunicacional no es opcional, sino estructural: representan canales privilegiados para traducir el conflicto político en discusión pública legítima ante las élites decisoras.

Se priorizarán espacios como El Mercurio, La Tercera, CIPER y Ex-Ante, mediante:

- Cartas al director firmadas por académicos y exautoridades.
- Columnas de opinión de expertos vinculados a la transparencia
- Reportajes informativos sobre casos recientes sin trazabilidad.

Asimismo, se contempla la colaboración con radios regionales, prensa universitaria y podcasts especializados en política pública, buscando descentralizar el mensaje y diversificar su resonancia territorial.

5.4 Plataforma oficial: sitio web de la campaña

Con el objetivo de articular la comunicación digital de la campaña y facilitar el acceso a sus contenidos, se desarrollará un sitio web institucional que refleje la identidad visual y los mensajes clave de la propuesta. Esta plataforma operará como un centro de recursos ciudadanos, con diseño responsivo, navegación simple y foco en la transparencia.

Modelo visual del sitio web de la campaña

Mockup referencial de la página de inicio del sitio web institucional de la campaña "Ley de Lobby 2.0", basado en la línea gráfica oficial y orientado a facilitar la adhesión ciudadana, el acceso a recursos y la articulación pública del proyecto.



5.5 Redes sociales- Estrategia digital y despliegue por fases

La campaña tendrá una fuerte presencia digital, orientada a audiencias diferenciadas según canal y estilo comunicacional:

- Instagram y TikTok: carruseles informativos, cápsulas breves y visualizaciones comparativas orientadas a públicos jóvenes.
- Twitter (X): activación de debates, cobertura en tiempo real de hitos legislativos y uso de hashtags coordinados.
- LinkedIn: publicaciones dirigidas a profesionales, tomadores de decisión, ONG y think tanks.

Todo el contenido responderá a una lógica de formatos híbridos, mezclando lo educativo con lo emocional, y lo técnico con lo simbólico.

5.6 Despliegue comunicacional por fases

El despliegue comunicacional se estructura en fases para maximizar el impacto progresivo del mensaje y favorecer la comprensión pública del problema, sus actores y sus consecuencias. Esta lógica responde al enfoque secuencial de campañas (Fuentes, 2024), que plantea que toda intervención comunicacional efectiva debe avanzar desde la instalación del problema hacia la generación de conflicto público y, finalmente, hacia la activación política.

Siguiendo el enfoque secuencial, el despliegue contempla tres etapas:

1.- Instalación del problema (2 semanas)

- Introducción del concepto de “representante de intereses”.
- Preguntas abiertas en redes sociales.
- Afiches en campus y espacios públicos.

2.- Densificación del conflicto (2–3 semanas)

- Microdocumentales con testimonios reales.
- Cápsulas informativas en redes sociales.

- Comparaciones con países OCDE.

3.- Activación política (coincidente con hitos legislativos)

- Vocerías ciudadanas y de expertos.
- Participación en programas de opinión.
- Presión pública mediante columnas, foros y redes.
- Estética visual unificada en redes y vía pública.

5.7 Línea gráfica y afiches de campaña

La línea gráfica no cumple una función decorativa, sino de condensación narrativa. En esta campaña, los afiches son piezas discursivas en sí mismas, construidas desde el concepto central: “Si influye, se inscribe”.

Su objetivo es instalar emocionalmente el mensaje, generar identificación inmediata y activar una lectura rápida que ancle cognitivamente el conflicto. Las piezas gráficas responden a una lógica visual coherente, con:

- Frases breves y disruptivas.
- Interpelaciones desde lo cotidiano
- Paleta sobria con contrastes fuertes (negro, blanco y azul institucional).
- Uso de rostros anónimos para representar el poder sin rastro.

Estas piezas se desplegarán en:

- Redes sociales (con segmentación por audiencia).
- Campus universitarios, ferias ciudadanas y espacios de organizaciones civiles.
- Plataforma web oficial, en formato descargable.

A continuación, se presentan los afiches propuestos como parte del dispositivo gráfico central de la campaña.



Evaluación de Impacto y Medición de Resultados

En el actual ecosistema de comunicación política, una campaña sin medición es una campaña ciega. La evaluación de impacto no es un anexo técnico ni un formalismo posterior, sino una herramienta estratégica para demostrar resultados, ajustar en tiempo real y sustentar con evidencia cualquier esfuerzo de incidencia.

Por ello, esta campaña incorpora desde su diseño un sistema de evaluación, alineado con los tres objetivos estratégicos y el objetivo comunicacional definidos en la planificación. Cada indicador responde a un propósito concreto: medir el grado de avance hacia la reforma legislativa, el posicionamiento público del problema y la activación ciudadana, así como evaluar la eficacia de la estrategia comunicacional en su conjunto.

El enfoque es mixto (cuantitativo y cualitativo), y contempla tanto indicadores de corto como de mediano plazo. A continuación, se detallan los principales indicadores organizados por objetivo.

5.8 Indicadores por Objetivo Estratégico

Objetivo estratégico 1: Reformar la legislación con ajustes necesarios al proyecto actual.

- Indicador 1: Incorporación de propuestas en discursos o indicaciones

Método: Análisis de sesiones parlamentarias y minutas de comisiones

Meta: ≥ 3 mención explícita documentada

- Indicador 2: Reuniones con legisladores o asesores

Método: Registro interno de gestión de incidencia

Meta esperada: ≥ 5 reuniones efectivas

- Indicador 3: Inclusión del tema en programas de gobierno o candidaturas

Método: Revisión documental de prensa y propuestas electorales

Meta esperada: ≥ 3 aparición confirmada

Objetivo estratégico 2: Posicionar el concepto de “representante de intereses” en el sistema político y en la opinión pública.

- Indicador 1: Menciones en medios, redes y debates públicos
Método: Monitoreo con herramientas como Meltwater o Google Alerts
Meta esperada: ≥ 30 menciones orgánicas
- Indicador 2: Engagement con publicaciones que usan el concepto
Método: Métricas de redes (alcance, reacciones, comentarios)
Meta esperada: ≥ 10.000 interacciones

Objetivo estratégico 3: Instalar la discusión sobre transparencia y trazabilidad de la influencia como una prioridad en el debate público.

- Indicador 1: Columnas de opinión y notas que aborden el tema.
Método: Registro de medios
Meta esperada: ≥ 5 columnas o notas relevantes
- Indicador 2: Participación en foros, seminarios o conversatorios
Método: Agenda de actividades y registros de participación
Meta esperada: ≥ 3 participaciones
- Indicador 3: Sondeo de percepción ciudadana sobre trazabilidad
Método: Encuesta online (formularios, redes)
Meta esperada: ≥ 300 respuestas válidas

5.9 Indicadores por Objetivo Comunicacional

Objetivo Comunicacional: Posicionar el concepto de representante de intereses

- Indicador 1: Visualizaciones de hashtags en redes sociales
Método: Análisis de rendimiento en plataformas sociales
Meta esperada: ≥ 50.000 visualizaciones
- Indicador 2: Desempeño de los contenidos híbridos en TikTok/Instagram
Método: Alcance, visualizaciones y tasas de interacción

Meta esperada: ≥ 100.000 visualizaciones acumuladas

- Indicador 3: Diversidad de vocerías en medios y actividades

Método: Registro fotográfico y audiovisual

Meta esperada: Vocerías ciudadanas, técnicas y políticas

Este sistema de evaluación no solo busca verificar la efectividad de la campaña, sino también construir evidencia concreta sobre su capacidad de incidir, posicionar conceptos y movilizar audiencias.

CAPITULO 6: CIERRE

6.1 Recomendaciones Finales

Uno de los objetivos centrales de este proyecto es proponer recomendaciones que puedan contribuir al debate público sobre la modernización del lobby en Chile. Si bien a lo largo del trabajo se han planteado observaciones y propuestas, este apartado reúne aquellos elementos que, desde una mirada crítica y constructiva, no pueden seguir siendo postergados. Se trata de una síntesis que recoge lo aprendido, y lo que resulta imprescindible considerar para avanzar hacia un sistema más transparente, trazable y democrático. Considérese:

- Fortalecimiento del Consejo para la Transparencia (CPLT)

El CPLT es actualmente un organismo con competencias limitadas en materia de fiscalización y sanción. Tiene el prestigio, la experiencia técnica y la validación institucional, pero carece de poder efectivo para fiscalizar y sancionar. La modernización de la Ley del Lobby solo será significativa si va acompañada de una ampliación contundente de sus atribuciones legales.

- Implementación obligatoria de la Huella Legislativa

Esta es, sin lugar a duda, la recomendación más estructural y la que mayores efectos podría tener sobre la transparencia del proceso legislativo. La ciudadanía tiene derecho a saber quién influye en la redacción y modificación de una ley. Es necesario trazar, con nombre y fecha, cuál fue la gestión, qué impacto tuvo en el articulado, y qué actores intervinieron. La huella legislativa es un mínimo democrático que restituye legitimidad al proceso político. No incorporar esta herramienta en la reforma, es seguir validando un sistema opaco.

- Sistema de sanciones real, efectivo y ejemplificador

Las normas sin consecuencias son simples recomendaciones morales. En la actualidad, el sistema de sanciones de la Ley del Lobby es simbólico e irrelevante. En una cultura política donde el costo de incumplir determina el comportamiento, la ausencia de sanciones contundentes solo perpetúa la informalidad y la impunidad. Es

indispensable establecer sanciones proporcionales, aplicables y disuasivas: multas graves y reales, inhabilitaciones, sanciones reputacionales. Y debe ser el CPLT quien tenga la autonomía para aplicarlas directamente.

- Evitar proyectos de ley que diluyen la discusión de fondo

Un hallazgo importante de este trabajo es que no todos los proyectos de ley ayudan. Cuando una reforma es tan limitada que puede implementarse vía reglamento, o cuando omite lo sustantivo y es un gesto simbólico, lo que hace no es abrir un debate, sino cerrarlo en falso. Aprobar proyectos con mejoras marginales, solo contribuye a evadir el conflicto de fondo y dar por resuelto un problema que, en realidad, sigue intacto. Promover leyes débiles es más peligroso que no legislar.

Estas recomendaciones apuntan a lo esencial: dotar de fuerza, trazabilidad y consecuencias reales a la regulación del lobby. Es hacerse cargo de lo que la ciudadanía ve, padece y denuncia hace años: que quienes influyen en las decisiones públicas deben transparentar su rol, someterse a reglas claras y enfrentar consecuencias si las incumplen. Todo lo demás es simulación institucional.

6.2 Reflexión final sobre la campaña

Esta campaña se construyó a partir de una convicción inicial: la creencia de que el proyecto de modernización de la Ley del Lobby 2.0 representaba una oportunidad para fortalecer la transparencia en Chile. Sin embargo, a medida que avancé en el proceso de análisis, comprendí que el proyecto presenta falencias estructurales significativas. Esta toma de conciencia no fue inmediata, sino fruto del estudio riguroso de su contenido. Quedó, entonces, en evidencia que el proyecto no fortalece sustantivamente los mecanismos de fiscalización, omite elementos clave como la huella legislativa, elude sanciones significativas y deja intactas las zonas grises donde opera el lobby informal. Bajo ese diagnóstico, desarrollar una campaña de promoción podía parecer, en un inicio, un ejercicio vacío o incluso éticamente cuestionable.

Sin embargo, el proceso de investigación permitió identificar un punto de inflexión normativo: la figura del “representante de intereses”. Aunque limitada en su alcance, esta

categoría amplía los actores obligados a transparentar su relación con el poder político. Si bien no resuelve el dilema ético, ofrece una oportunidad estratégica: resignificar el proyecto como un punto de partida legítimo para tensionar el sistema y movilizar nuevas exigencias ciudadanas.

Esta fue la decisión estructurante de la campaña: convertir una reforma limitada en una plataforma simbólica desde la cual instalar un debate mayor sobre trazabilidad, y fiscalización democrática. No se trata de celebrar el proyecto, sino de utilizarlo como palanca discursiva para exponer sus vacíos, amplificar sus omisiones, y plantear una demanda social más profunda. En ese sentido, la campaña “Si influye, Se registra” pretende cumplir con el objetivo académico de este Magíster, diseñar una intervención estratégica, realista y fundamentada, pero también responde a un principio ético esencial: no legitimar lo insuficiente, sino visibilizarlo como umbral mínimo desde el cual empujar reformas más ambiciosas.

Este recorrido dejó una enseñanza central: los proyectos políticos, incluso aquellos técnicamente débiles, pueden transformarse en vehículos de disputa simbólica cuando se insertan en marcos narrativos adecuados y se comunican con claridad, honestidad y propósito. Así, esta campaña no solo fue posible, sino necesaria. No para validar lo que hay, sino para amplificar lo que falta.

Desde esa perspectiva, este trabajo no cierra un proceso, sino que inaugura una trayectoria: la de comprender la comunicación política no como una herramienta para maquillar reformas, sino como un catalizador legítimo de exigencias sociales que, desde la ciudadanía, interpelan al poder con claridad democrática y sentido de urgencia.

6.3 Reflexión individual: aprendizajes, dificultades y desafíos

La elección del tema de este trabajo final no fue casual. Surgió desde una inquietud profunda, tanto ciudadana como personal. En mi trayectoria personal y profesional, he experimentado directamente los efectos de un sistema en el que el poder y la influencia se ejercen sin reglas claras, donde los intereses particulares suelen operar con ventaja y donde las iniciativas carentes de respaldo político o visibilidad estratégica quedan

rezagadas, aun cuando respondan al bien común. Esta realidad no la observo desde la distancia: la vivo como mujer, como profesional de la educación, y como ciudadana que ha debido insistir reiteradamente para que ideas legítimas y valiosas sean siquiera consideradas.

Fue precisamente esa sensación de desigualdad estructural lo que me condujo a centrar este trabajo en el proyecto de modernización de la Ley del Lobby. Intuí que, promoviendo su aprobación mediante una campaña estratégica, podía contribuir a generar un entorno institucional más transparente y equitativo. En un primer momento, asumí que dicho proyecto representaba una mejora normativa sustantiva: una herramienta capaz de fortalecer la trazabilidad de las decisiones públicas, visibilizar el poder informal y otorgar reglas más justas para todos los actores del sistema democrático.

Sin embargo, ese entusiasmo inicial fue rápidamente confrontado con la realidad. El análisis exhaustivo del proyecto, sumado a la revisión de literatura especializada y al diálogo con actores relevantes en la materia, me reveló una verdad incómoda: el proyecto no solo era limitado en sus alcances, sino que resultaba deficiente para abordar los vacíos estructurales que la normativa vigente ha dejado sin resolver. No establecía un sistema eficaz de fiscalización, no fortalecía los mecanismos de sanción, y dejaba intactas muchas de las rutas por donde transitan las influencias más opacas. Lo que había percibido como una reforma profunda, terminó revelándose como un ajuste simbólico.

No obstante, este proceso me brindó la oportunidad de identificar un actor clave cuya relevancia desconocía en profundidad: el Consejo para la Transparencia (CPLT). Hasta entonces, mi conocimiento sobre esta institución era limitado, similar al de buena parte de la ciudadanía. Comprender su marco institucional, su rol en la implementación de la Ley del Lobby y las restricciones que enfrenta, me permitió dimensionar que muchas de las debilidades del sistema de transparencia no radican únicamente en la letra de la ley, sino también en la fragilidad de los organismos encargados de hacerla cumplir. Este hallazgo fue decisivo en la reformulación del enfoque de campaña y en mi propio aprendizaje político.

En paralelo, surgieron cuestionamientos éticos y políticos profundos. La constatación de que nuestros representantes, en muchos casos, legislan más para justificar que para transformar, abrió una grieta en mis propias certezas. ¿Desde qué fundamentos se construyen las decisiones legislativas? ¿Qué nivel de conocimiento y compromiso sustenta las políticas públicas que estructuran nuestra vida colectiva? Me enfrenté a la crudeza de un sistema donde algunos simulan avanzar, pero se evita deliberadamente tocar los núcleos duros del poder.

Fue en ese contexto que el diseño comunicacional de la campaña adquirió otro carácter. Ya no se trataba solo de promover un proyecto legislativo, sino de tensionarlo. De instalar, desde el ejercicio comunicativo, una lectura crítica que evidenciara sus carencias, sin por ello desentenderse de su potencial como punto de partida para una discusión mayor. Este giro implicó reconfigurar la estrategia de campaña: pasar de una promoción celebratoria a una narrativa propositiva pero consciente de los límites estructurales del proyecto.

En ese ejercicio encontré una bisagra argumentativa que permitió sostener éticamente el trabajo: la inclusión del concepto de “representante de intereses” como figura legalmente tipificada. Aun cuando su formulación sea débil, representa una apertura que permite ampliar el universo de actores regulados y, por ende, visibilizar las dinámicas del lobby informal que hoy escapan al radar normativo. Esta figura, si bien incipiente, ofrece un terreno fértil para articular un discurso más ambicioso sobre trazabilidad y justicia en la gestión de intereses.

La mayor dificultad, sin duda, fue sostener esta tensión sin caer en la parálisis. Cumplir con el objetivo académico sin abdicar de la responsabilidad política y ética que implicaba trabajar sobre un proyecto cuestionable. Diseñar una campaña que no maquillara las limitaciones del proyecto, sino que las utilizara como un punto de partida para abrir el debate. En este sentido, el desafío fue también metodológico: encontrar un tono y una narrativa que no relativizara las críticas, pero que permitiera mantener la legitimidad de una propuesta comunicacional dentro de los marcos del magíster.

El proceso me enseñó que el lenguaje político se construye tanto desde sus formas como desde sus vacíos. Que lo simbólico, aunque insuficiente, puede abrir puertas si se

utiliza con conciencia crítica. Aprendí que no todas las transformaciones surgen desde escenarios ideales; muchas veces se gestan en contextos adversos, donde hay que tomar posiciones éticas incluso frente a instrumentos deficientes.

Este trabajo fue, finalmente, una lección de integridad. Pude haber optado por otro proyecto, con mayor robustez técnica, menos controversia y más respaldo institucional. Pero elegí quedarme, pensar desde la complejidad, y buscar una salida intelectual y moralmente defendible. Esa elección me reafirma que este magíster ha sido, además de un proceso formativo, una experiencia ética.

Comprendí también que la política no es sucia por esencia. Lo que la corrompe es la falta de fundamento, la ausencia de proyecto, la manipulación de las formas. Negociar con base en argumentos, disputar sentidos, tensionar desde la evidencia: eso también es hacer política, y es desde ahí donde quiero proyectar mi rol profesional. Porque si ingresé a este programa fue por mi compromiso con la educación, y porque creo firmemente que no hay política educativa transformadora sin comprender los dispositivos de poder que la condicionan.

Este trabajo me permitió ratificar que el cambio no siempre se impulsa desde la oposición frontal, sino desde la capacidad de intervenir en lo existente con lucidez, crítica y estrategia. Y que comunicar, en ese contexto, es también una forma de hacer política con propósito.

6.4 Proyección profesional y valor formativo del proceso

Este trabajo no solo representó un desafío académico, sino una experiencia transformadora en términos profesionales y personales. La posibilidad de diseñar una campaña desde una postura crítica, ética y fundamentada me permitió integrar de forma concreta los aprendizajes adquiridos durante el magíster, no como un ejercicio teórico, sino como una herramienta de análisis e intervención sobre el espacio público. Enfrentar un proyecto legislativo con debilidades sustantivas desde la mirada de la comunicación política me llevó a comprender con mayor profundidad la responsabilidad que implica

ejercer esta disciplina, especialmente en contextos donde la desinformación, el desinterés o la manipulación discursiva están presentes.

Uno de los principales aportes de este proceso fue obligarme a operar desde la tensión entre el deber académico y la responsabilidad ciudadana. No se trató solo de cumplir con una rúbrica o de responder a una consigna, sino de construir un producto comunicacional que respondiera a una demanda real, que tuviera sentido en el debate democrático y que fuera capaz de instalar una conversación de fondo sobre las reglas del poder en Chile. Esta disyuntiva fue incómoda, pero formativa. Me obligó a afinar el criterio, a evaluar la validez de cada decisión estratégica, y a sostener una postura con rigor, incluso cuando era más fácil optar por una vía menos exigente.

Asimismo, este trabajo me permitió identificar las posibilidades reales de incidir en la discusión pública desde el diseño comunicacional. Comprendí que comunicar no es solo transmitir mensajes, sino disputar sentidos, abrir preguntas, tensionar el discurso hegemónico. En ese sentido, desarrollar una campaña que no se limitara a la promoción literal de un proyecto de ley, sino que interpelara críticamente sus omisiones, fue también un ejercicio de posicionamiento político: una manera de entender la comunicación como un espacio de acción, no de complacencia.

Desde el punto de vista profesional, este proceso reafirmó mi convicción de que la formación en comunicación política no puede desligarse de la ética ni del conocimiento profundo de los marcos normativos e institucionales. La experiencia de investigar, entrevistar, contrastar fuentes y diseñar piezas discursivas desde la evidencia me equipó con herramientas que van más allá del aula. Hoy claramente cuento con mayores capacidades para contribuir al fortalecimiento democrático, tanto desde la formulación de campañas como desde la evaluación crítica de políticas públicas.

Proyectando esta experiencia hacia mi quehacer futuro, reconozco que ha reforzado mi compromiso con los espacios de formación, debate y transformación desde el ámbito educativo. En particular, reafirmó mi convicción de que no hay una educación verdaderamente transformadora si no está anclada en una lectura política del poder, sus formas de ejercicio, y sus mecanismos de legitimación. Comprender cómo operan las influencias no reguladas y cómo estas configuran realidades desiguales, incluso en el

ámbito educativo, me impulsa a pensar la comunicación como una herramienta no solo de visibilización, sino también de justicia.

Este trabajo no se limitó a diseñar una campaña; fue la construcción de una postura profesional y ética. En lugar de eludir la complejidad opté por asumirla tensionando el discurso oficial con una narrativa crítica y propositiva. Comunicar no es simplemente transmitir, sino también disputar sentidos, y abrir espacios para una ciudadanía más exigente.

Más que una aplicación técnica: este proyecto reafirma el tipo de profesional que quiero ser: una que convierte la crítica en propuesta y que actúa con convicción incluso en contextos adversos. Porque toda influencia debe dejar huella, porque todo acto de poder debe ser trazable, y porque ninguna decisión pública debiera escapar al escrutinio ciudadano.

Por eso, y con la fuerza que otorga la evidencia, la experiencia y la convicción, hoy sostengo con firmeza: **SI INFLUYE, SE REGISTRA.**

Espero sinceramente haber estado a la altura del desafío que este magíster representa, y que este trabajo contribuya, modestamente, a los debates que tan lúcidamente han sabido impulsar quienes hoy tienen la tarea de evaluarme.

Finalmente, valoro especialmente la orientación de mi profesora guía, Bárbara Fuentes, cuya exigencia intelectual y capacidad formativa fueron fundamentales para empujar este trabajo hacia mayores niveles de profundidad y consistencia. Su acompañamiento no reemplazó decisiones, sino que desafió mis certezas, tensionó mis argumentos y accionó mi autonomía como autora. Pero este proceso no fue solo académico; también fue profundamente relevante en lo personal. Este trabajo lo construí acompañada por mis hijos, quienes, desde sus preguntas, comentarios y curiosidad, participaron de conversaciones sobre transparencia, poder e influencia.

Sin proponérmelo del todo, esta experiencia se transformó también en una oportunidad de aprendizaje compartido: no solo profundizó mi propia reflexión profesional, sino que, de forma muchas veces inadvertida, marcó también la trayectoria formativa de mis hijos. Ellos acompañaron, discutieron y compartieron este proceso,

haciendo de este trabajo no solo una apuesta individual, sino también una base que, desde distintas veredas, ya comienza a irradiar en sus vidas profesionales. Por eso, este aprendizaje trasciende lo académico: es una huella que se extiende, y da sentido al esfuerzo invertido.

Referencias:

Arís, M. (2017). *Lobby, participación ciudadana y políticas públicas en Chile*. Fundación Friedrich Ebert. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/chile/13958.pdf>

Cámara de Diputadas y Diputados de Chile. (2021). *Registros públicos de audiencias (Transparencia Activa)*. <https://www.camara.cl/transparencia/audiencias.aspx>

Cámara de Diputadas y Diputados. (2024, 31 de mayo). *Boletín N.º 16.888-06: Proyecto de ley que moderniza la regulación del lobby y las gestiones de intereses particulares ante las autoridades y funcionarios*. Congreso Nacional de Chile. <https://www.camara.cl/legislacion/ProyectosDeLey/tramitacion.aspx?prmID=17499&prmBOLETIN=16888-06>

CIPER Chile. (2016, octubre 12). *Iván Fuentes: La historia no contada*. <https://www.ciperchile.cl/2016/10/12/ivan-fuentes-la-historia-no-contada/>

CIPER Chile. (2024, marzo 14). *¿Quiénes hacen lobby en Chile? Radiografía a diez años de registros de audiencias con autoridades*.

CIPER Chile. (2024, mayo 7). *Las reuniones con empresarios que el gobierno no anotó en el registro de lobby*. <https://www.ciperchile.cl/2024/05/07/las-reuniones-con-empresarios-que-el-gobierno-no-anoto-en-el-registro-de-lobby/>

Comisión Nacional de Ética Pública. (1994). *Informe final de la Comisión Nacional de Ética Pública*. Presidencia de la República de Chile. <https://www.integridadytransparencia.gob.cl/wp-content/uploads/2021/12/INTEGRIDAD-PROBIDAD.pdf>

Consejo Asesor Presidencial contra los Conflictos de Interés, el Tráfico de Influencias y la Corrupción (Comisión Engel). (2015, abril 24). *Informe final de la Comisión Asesora Presidencial contra los Conflictos de Interés, el Tráfico de Influencias y la Corrupción*. Gobierno de Chile. https://consejoanticorrupcion.cl/wp-content/uploads/2015/04/Consejo_Anticorrupcion_Informe_Final.pdf

Consejo para la Transparencia. (2019). *Perfeccionamientos a la Ley del Lobby: Análisis y propuestas para fortalecer la regulación del lobby en Chile*. <https://www.consejotransparencia.cl/wp-content/uploads/estudios/2019/05/Perfeccionamientos-a-la-Ley-del-Lobby-CPLT.pdf>

Consejo para la Transparencia. (2020). *Estudio Nacional de Transparencia 2020*. <https://www.consejotransparencia.cl/wp-content/uploads/estudios/2021/07/Estudio-Nacional-Transparencia-2020.pdf>

Consejo para la Transparencia. (2021). *Audiencias registradas en el portal de Ley Lobby: Ministerio de Hacienda y tramitación de la Ley General de Bancos*. Consejo para la Transparencia. <https://www.leylobby.cl>

Consejo para la Transparencia. (2022). *Informe InfoLobby: Balance estadístico — 11 de marzo a 30 de junio 2022*. <https://www.consejotransparencia.cl/wp-content/uploads/estudios/2022/08/Informe-InfoLobby-Balance-Estadi%CC%81stico-Infolobby-11-marzo-30-junio-2022.pdf>

Consejo para la Transparencia. (2024a, octubre 10). *CPLT presenta sus cifras del primer semestre de 2024*. <https://www.consejotransparencia.cl/cplt-presenta-sus-cifras-del-primer-semestre-del-2024-mas-de-4-millones-de-visitas-al-portal-de-transparencia-153-mil-solicitudes-de-acceso-a-informacion-7-mil-casos-presentados-y-70-sumarios-instr/>

Consejo para la Transparencia. (2025, febrero 19). *Fiscalización CPLT: Cumplimiento en transparencia activa de SLEP cae 21,9 puntos...* <https://www.consejotransparencia.cl/cumplimiento-en-transparencia-activa-de-slep-cae-219-puntos-mientras-universidades-estatales-lideran-avances-con-un-alza-de-1092-puntos-en-2024/>

Chile Transparente. (2023, marzo). En seminario “*Sobre Modernización de la Ley de Lobby y Gestión de Intereses Particulares*”, Santiago. Seminario organizado por la Comisión Asesora Presidencial para la Integridad Pública y Transparencia.

Durán, V. (2015). Caso “CELCO”: *Un fallo controvertido de la Excma. Corte Suprema*. *Revista de Derecho Ambiental*, 2(2), 253–275. <https://revistaderechoambiental.uchile.cl/index.php/RDA/article/view/36480>

El Mostrador. (2003, 24 de enero). *Acerca de transparencia y probidad pública*. <https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2003/01/24/acerca-de-transparencia-y-probidad-publica/>

El Mostrador. (2014, noviembre 27). *Fundaciones critican aplazamiento de la implementación de la Ley de Lobby*. El Mostrador. <https://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2014/11/27/fundaciones-pro-transparencia-critican-aplazamiento-de-la-implementacion-de-la-ley-de-lobby/>

El Mostrador. (2016, abril 26). *El doble financiamiento a Iván Fuentes*. <https://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2016/07/12/ivan-fuentes-admite-que-la-dc-le-hizo-un-sueldo-para-ser-candidato-las-campanas-las-financian-los-ricos-no-tapemos-el-sol-con-un-dedo/>

Entman, R. M. (1993). *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

Engel, E., Navia, P., & Rojas, F. (2015). *Informe final de la Comisión Asesora Presidencial contra los Conflictos de Interés, el Tráfico de Influencias y la Corrupción*. Gobierno de Chile. https://consejoanticorrupcion.cl/wp-content/uploads/2015/04/Consejo_Anticorrupcion_Informe_Final.pdf

Fundación Directorio Legislativo. (2021). *Estándares internacionales de lobby para América Latina: Herramientas para una incidencia ética y transparente*. <https://directoriolegislativo.org/publicaciones/estandares-internacionales-de-lobby-para-america-latina/>

Heiss, C., & López, G. (2016). *El negocio de la política: Democracia y lobby en Chile*. Ediciones UDP.

Jaraquemada, M. (2024, 5 de junio). *¿Y qué pasó con el lobby?* Ex-Ante. <https://www.ex-ante.cl/y-que-paso-con-el-lobby-por-maria-jaraquemada/>

Jordán Palet, M. J. (2017). *Análisis de la Ley 20.730: Sus características y desafíos*. Revista de Derecho Público, (87), 53–78. <https://revistaderechopublico.uchile.cl/index.php/RDPU/article/view/48056/50595>

Leturia, S. (2023, agosto 21). *La modernización de la Ley de Lobby es necesaria, pero debe ser profunda*. Ex-Ante. <https://www.ex-ante.cl/modernizacion-ley-de-lobby-leturia/>

Lindblom, C. E. (1959). The science of “muddling through”. *Public Administration Review*, 19(2), 79–88. <https://doi.org/10.2307/973677>

Observatorio Congreso. (2025, abril 2). *Las falencias de la información transparentada de lobby en el Congreso Nacional*. <https://observatoriocongreso.cl/2025/04/02/las-falencias-de-la-informacion-transparentada-de-lobby-en-el-congreso-nacional/>

OCDE. (2014). *Lobbyists, Governments and Public Trust, Volume 3: Implementing the OECD Principles for Transparency and Integrity in Lobbying*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264214224-en>

OECD. (2021). *Lobbying in the 21st Century: Transparency, Integrity and Access*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/c6d8eff8-en>

OECD. (2024). *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. https://www.oecd.org/es/publications/la-regulacion-del-lobby-y-de-la-influencia-en-chile_2b5b18b8-es.html

Poder Judicial de Chile. (2021). *Sentencia Rol 3455-2019 del Tribunal Oral en lo Penal de Santiago (caso Corpesca)*. <https://www.pjud.cl/prensa-y-comunicaciones/noticias-del-poder-judicial/54809>

República de Chile. (1999). *Decreto N.º 1.879: Promulga la Convención Interamericana contra la Corrupción*. Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=149264>

República de Chile. (2005). *Ley N.º 20.050: Introduce modificaciones en la Constitución Política de la República de Chile*. Biblioteca del Congreso Nacional. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=241331>

República de Chile. (2007). *Decreto N.º 375: Promulga la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción*. Biblioteca del Congreso Nacional. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=257958>

República de Chile. (2008). *Ley N.º 20.285 sobre Acceso a la Información Pública*. Biblioteca del Congreso Nacional. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=276363>

República de Chile. (2014). *Ley N.º 20.730 que regula el lobby y las gestiones que representen intereses particulares ante las autoridades y funcionarios*. Biblioteca del Congreso Nacional. <https://www.bcn.cl/leychile/consulta/listaresultadosimple?cadena=ley%2020730&itemsporpagina=10&npagina=1>

República de Chile. (1999a). *Ley N.º 19.653: Establece disposiciones sobre probidad administrativa en la función pública*. Biblioteca del Congreso Nacional. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=149264>

República de Chile. (1999b). *Ley N.º 19.645: Modifica el Código Penal en materia de delitos funcionarios*. Biblioteca del Congreso Nacional. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=149195>

Ruiz Rosas, A. (2024, 11 de enero). *Por qué es importante respetar la Ley de Lobby*. CIPER. <https://olmedoruiz.cl/2024/01/11/por-que-es-importante-respetar-la-ley-de-lobby/>

Stone, D. (2012). *Policy paradox: The art of political decision making* (3rd ed.). W. W. Norton & Company.