

As danças no grande salão

Era uma manhã fria, carregada de neblina, e os homens agasalhados desciam de suas carruagens em silêncio e se acomodavam nos sofás e nas cadeiras espalhados no grande salão de entrada de um hotel. Aguardavam no *lobby* a sessão que decidiria um assunto importante, de interesse de alguns moradores daquela pequena cidade norte-americana no final do século XIX. Os visitantes esperavam os ilustres hóspedes aparecerem, antes da reunião, porque sabiam que, ao encontrá-los, seria possível fazer tentativas de influenciar, de acordo com interesses de alguns setores, suas decisões de legisladores, representantes do poder público, que tomariam em seguida em sessão fechada. Enquanto aguardavam, solenes, faziam suas articulações políticas naquele *lobby* de hotel.

Assim, o substantivo *lobby* se transformou em verbo e deu origem a uma profissão e uma atividade: o *lobby*, tema central dessa edição da *Organicom*.

Embora seja um termo muito utilizado – e atividade cotidianamente praticada, na maioria das vezes seu uso traz uma concepção errada do significado da palavra. Na verdade, fazer *lobby* é algo natural, praticado por todos nós, quando buscamos convencer alguém sobre alguma coisa. Por exemplo, quando o filho tenta convencer o pai a lhe dar um aumento de mesada ou quando um sindicato discute melhorias nas condições de trabalho com uma empresa. Ou seja, fazer *lobby* é argumentar, informar, convencer alguém sobre algum ponto de vista do seu interesse ou de alguém que você represente. Na esfera pública isso também ocorre, quando grupos de pessoas ou organizações, os chamados grupos de pressão, tentam influenciar as decisões do poder público em favor de seus interesses. Não se pode esquecer de que no meio político existem principalmente interesses econômicos e o *lobby*, que é importante e também um direito de todos, precisa ser desvinculado da imagem de ilegalidade para ter sucesso. Portanto, é bom que fique claro: não existe *lobby* do bem e *lobby* do mal, não existem anjos nem demônios. Nesses casos, existe *lobby*, um efetivo

instrumento democrático de representação de interesses, e tudo o que for diferente disso não é *lobby*. É caso de polícia.

O *lobby* nos Estados Unidos da América, por exemplo, é considerado parte do processo político. Lobista é um profissional reconhecido e sua atividade é regulamentada por leis. No Brasil, a atividade é informal e não-regulamentada, o que favorece a corrupção e carece, com máxima urgência, de leis que a regulem, legitimem e lhe confirmem a transparência indispensável. Nos países em que a atividade é regulamentada, o *lobby* é considerado parte importante do processo político e lhe confere mais clareza. Afinal, o lobista deve entrar pela porta da frente, às claras, para não se inserir no conluio, que precisa da barganha.

No Brasil, a atividade de *lobby* teve desenvolvimento na década de 1970, no período de ditadura, o que, de alguma forma, produziu uma anormalidade na atividade. O poder legislativo, o Congresso Nacional, estava enfraquecido e as demandas e formulações de políticas públicas eram desviadas e atribuídas ao poder executivo, que, naturalmente, não dava espaço para a participação de grupos de interesse nas decisões relacionadas às políticas públicas. Por isso, passou-se a chamar de *lobby* qualquer atitude que tivesse relação com influência e convencimento, sem se preocupar com o caráter de representação de interesses. Provavelmente esse foi um dos fatores que corromperam o entendimento e o uso da palavra, emprestando-lhe um significado equivocado, de corrupção ou tráfico de influência.

A questão da regulamentação da atividade de *lobby* no país já vem de quase três décadas. Projetos sobre assunto tramitam no Congresso Nacional. O pioneiro nas nossas casas legislativas é o projeto de lei do Senado (PLS) nº 25/1984, do senador pernambucano Marco Maciel, projeto que desde 1984 não avança, não é discutido adequadamente e, portanto, não é aprovado por conta da má vontade conveniente dos políticos em relação ao assunto, para prejuízo de toda a sociedade.

Por meio do *lobby*, cidadãos organizados buscam participar do processo estatal de tomada de decisões, contribuindo para a elaboração das políticas públicas do país, porque, ao defender um ponto de vista, um interesse no Congresso Nacional, esse grupo, pode influenciar o legislador, cuja norma poderá influenciar positivamente um setor produtivo, beneficiar uma comunidade etc. Os grupos de pressão coletam informações, propostas políticas, estratégias apropriadas para dar suporte às suas demandas, fazem pesquisas e procuram por aliados. A pressão é o último estágio da sua ação. Na sociedade democrática, os tomadores de decisão são confrontados com uma complexa rede de interesses e por isso precisam se valer das idéias e opiniões dos grupos de pressão para subsidiarem suas decisões. Os grupos de pressão fornecem informações confiáveis e comprováveis a eles, que os transformam em interlocutores, convidando-os a emitir opinião quando necessário.

Como existe essa deformação de entendimento do que é a atividade de *lobby*, quase sinônimo de corrupção, tráfico de influência e marginalidade é urgente que se regulamente a atividade. Dessa forma, os grupos de pressão, que querem participar do processo de tomada de decisões e desejam contribuir para a formulação de políticas públicas, fornecendo informações importantes àqueles que decidem, colaborando para a melhoria da qualidade da decisão e da política, poderão ser interlocutores reconhecidos e reconhecíveis do e pelo estado, dentro do processo democrático. Observe-se que o objetivo da regulamentação do *lobby* não deve ser o de controlar ou restringir o acesso dos grupos aos tomadores de decisão, mas de monitorar sua ação, garantindo a transparência.

Nessa edição de *Organicom* o leitor conhecerá o que pensam alguns autores importantes, como o espanhol Antonio Esparcia Castillo, o qual reflete sobre o *lobby* considerando-o “uma das técnicas de relações públicas, por ser, basicamente uma forma de comunicação entre as organizações e os poderes públicos”. Fábio França e Maria Aparecida Ferrari propõem a discussão sobre se a atividade de *lobby* pode ser considerada comunicação organizacional, na demonstração de lisura da empresa em relação aos setores governamentais, aumentando sua credibilidade. Nesse mesmo contexto, Asdrúbal Borges aborda o *lobby* como estratégia criativa de oposição, apontando “a importância de gestores da comunicação organizacional serem criativos também no sentido de estarem prontos para lidar com diferentes posicionamentos diante de seus discursos”.

Já Wagner Pralon Mancuso e Andréa Cristina O. Gozetto analisam o potencial do *lobby* como instrumento democrático de representação de interesses, relacionando contribuições positivas para o processo democrático e os problemas que pode ocasionar. Os autores discutem a regulamentação do *lobby*, os objetivos e os fatores que dificultam sua adoção no Brasil, além do conjunto de iniciativas que, juntamente com a regulamentação da atividade, podem contribuir para tornar o *lobby* um efetivo instrumento democrático de representação de interesses. Eduardo C. Ricardo da Patri discute “se, na prática, existem diferenças significativas entre *government relations*, *advocacy* e *lobbying* ou se se trata apenas atividades resultantes de uma evolução histórica, na qual uns e outros ‘se acomodam’ na real busca da defesa de seus legítimos interesses”. Patrícia Cerqueira Reis analisa “se o reconhecimento dos diferentes grupos civis organizados, a participação e a pressão desses grupos por seus interesses, por meio do *lobby* na formulação e implementação de políticas públicas, fazem parte do modelo de estado democrático de direito adotado no Brasil a partir de 1988”.

Rodolfo Witzig Gutilla, pondo o foco em Alexis de Tocqueville como defensor incansável da liberdade de associação, mostra como esta assumirá um importante papel para o fortalecimento das primeiras instituições democráticas norte-americanas. “É nessa arena, por vezes conflituosa, que surgem

as práticas da *advocacy* e do *lobby*". Para regulamentá-las, os Estados Unidos criam, já em 1946, o "Lobbying act", o qual receberá diversas emendas ao longo de mais de seis décadas. Jordi Xifra, outro autor espanhol presente no dossiê, discorre sobre o *lobby* no complexo cenário da União Europeia. E Ney de Lima Figueiredo delinea um ensaio da história do *lobby* no Brasil, da independência (1822) até a promulgação da Constituição de 1988, centrado-se "nos fatos fundamentados nas ações detectadas ao longo do tempo, por meio de acontecimentos ocorridos e registrados em documentos da nossa história político-econômica".

Paulo Nassar entrevista Wagner Pralon Mancuso a respeito da relação entre *lobby* e responsabilidade política e corporativa. Mariângela Haswani assina a resenha da maior obra sobre o assunto produzida no Brasil, talvez na América Latina, *Lobby. O que é. Como se faz: ética e transparência na representação junto aos governos*, do ex-ministro Saïd Farhat. E Ana Lucia Novelli avalia o livro de Wagner Pralon Mancuso sobre o *lobby* da indústria no Congresso Nacional, o qual ela considera ousado e corajoso, inovador em relação à abordagem tradicional do tema, ao questionar duramente "a tese corrente de que o empresariado brasileiro é desarticulado e incapaz de definir e promover objetivos comuns" e classificar decisões políticas "como sucessos ou insucessos da indústria sem, contudo, permitir atribuir esses resultados exclusivamente à influência do setor".

OS EDITORES