

Breve histórico sobre o desenvolvimento do *lobbying* no Brasil

Andréa Cristina de Jesus Oliveira

Sumário

1. Esclarecendo conceitos. 2. A face negativa do *lobbying*. 3. O desenvolvimento do *lobbying* no Brasil. 4. Considerações finais.

1. *Esclarecendo conceitos*

Lobbying é o processo pelo qual os grupos de pressão buscam participar do processo estatal de tomada de decisões, contribuindo para a elaboração das políticas públicas de cada país.

Para isso, os grupos de pressão utilizam-se de uma cadeia multifacetada de atividades que incluem coleta de informações, propostas políticas, estratégias apropriadas para dar suporte a tais demandas, confecção de pesquisas e a procura por aliados. A pressão é seu último estágio e geralmente requer uma presença organizada no centro de decisões de cada país. (GRAZIANO, 1994).

Em uma sociedade democrática, os tomadores de decisão são confrontados com uma complexa rede de interesses e se valem das idéias e opiniões dos grupos de pressão para subsidiarem suas decisões. Os grupos de pressão fornecem informações confiáveis e comprováveis aos tomadores de decisão e os mesmos transformam esses grupos em interlocutores, convidando-os a emitir sua opinião quando necessário.

Sendo assim, podemos conceber o *lobbying* como saber especializado e representação técnica, pois, enquanto represen-

Andréa Cristina de Jesus Oliveira é Doutora em Ciências Sociais (Unicamp), Mestre em Sociologia Política (Unesp – Araraquara), Professora do Departamento de Ciências Jurídicas da Uninove (Centro Universitário Nove de Julho).

tam interesses especiais, os lobistas são o sustentáculo da informação de um especialista técnico-político. (GRAZIANO, 1994).

Esse tipo de saber específico ajuda os tomadores de decisão a formular propostas políticas e a perceber as reações da sociedade civil perante essas propostas.

A palavra *lobby* significa, em inglês, antesala, vestibulo, saguão. Por extensão, o lugar onde ficavam as pessoas que procuravam influenciar as autoridades e/ou políticos e que acabou por designar a ação de profissionais ou grupos que buscavam exercer pressões, muitas vezes legais, para que fossem aprovados projetos ou medidas em benefício daqueles que são por eles representados. (BORIN, 1988).

O primeiro cientista político a empregar o termo *lobby* como a busca de influenciar decisões políticas ou a aprovação ou rejeição de leis pelo Poder Legislativo foi Arthur F. Bentley em *The Process of Government* editado em 1908. (LEMOS, 1988).

Há duas visões sobre a origem do *lobby*. A primeira é a de Freire (1986), que afirma que o *lobby* tem como origem a prática dos agricultores do Estado de Virgínia, nos EUA, que procuravam, ainda no século XIX, influenciar as decisões sobre política agrícola por meio de seus representantes, na antesala do edifício do Parlamento (apud BORIN, 1988).

A segunda visão é a de Graziano (1994), que afirma que o *lobby* emerge no contexto americano com a política de interesses depois das eleições de 1896, bem como em consequência da derrota do movimento operário no fim do século, que decidiu a luta de classes nos EUA.

Dessa perspectiva, o *lobbying* seria um produto de uma “homogeneização” política, e muitas de suas estratégias e todos os seus procedimentos específicos seriam impraticáveis em um mundo marcado por profundas divisões ideológicas.

O *lobbying* surgiu como processo de diálogo entre grupos de interesses econômicos e o governo, tendo sido apropriado por or-

ganizações que não tinham motivos econômicos, as quais poderiam ser denominadas de entidades sociais ou idealísticas, comprovando a validade do processo para representar interesses perante os agentes governamentais.

O *lobby* se dirige aos centros de decisão, não sendo nenhuma ação de *marketing*. Ele não procura vender um produto ou serviços, mas sim influenciar burocratas e/ou políticos para a tomada de decisões que beneficiem um grupo social ou empresarial, um programa econômico ou uma linha de atuação de determinado segmento sócio-econômico, mediante uma legislação específica ou por meio de medidas especiais. Fornece a esses burocratas e políticos informações que supostamente eles não detêm e que são essenciais para a maior clareza sobre o tema em questão. (BORIN, 1988).

Desse modo, os grupos de pressão utilizam o *lobbying* para esclarecer o legislador ou a autoridade pública sobre as decisões ou propostas que possam vir a ser encaminhadas como um mecanismo operacional de persuasão. O *lobbying* deve ser visto como informação objetiva disponível para, em tempo hábil, instrumentar a melhor decisão.

Para Lemos (1988, p. 49), “o *lobby* precisa ser visto como a organização e a operação de ‘um eficiente canal de informações de mão dupla’, entre a entidade que o apropria e o setor do poder que focaliza”.

A atividade inclui a coleta de informações, propostas políticas, estratégias apropriadas para dar suporte a tais demandas, confecção de pesquisas e a procura por aliados. O *lobbying* proporciona a troca de informações e de idéias entre governo e partes privadas, capazes de infundir nas políticas públicas conhecimento de causa e realismo consciente. Seu último estágio é a pressão, momento em que o lobista deve-se valer de seu poder de comunicação e persuasão. (GRAZIANO, 1994, 1996).

Essa atividade requer uma presença organizada no centro de decisões de cada país. Segundo Graziano (1996, p. 139),

“os lobistas e suas organizações são portadores de um conhecimento especializado em suas áreas particulares de atuação. Nenhum congressista, ou qualquer de seus assessores, tem, por exemplo, conhecimento do sistema de tributação pertinente à educação superior comparável ao do especialista em assuntos fiscais contratado pelas sociedades científicas”.

Apesar de ser encarado com desconfiança e associado ao abuso do poder econômico (em função da necessidade de recursos de monta para pessoal e infra-estrutura envolvidos no fornecimento de informações, relatórios, pesquisas, elaboração de estatísticas, promoção de debates e eventos especiais, propaganda), segundo Figueira (1987), o *lobby* desempenha destacado papel como força social de aproximação entre a sociedade e o Estado.

De nosso ponto de vista, o *lobbying* é um aspecto inerente à política democrática e ao repertório de seus instrumentos, uma vez que,

“Originário do próprio mecanismo democrático, a essência do *lobby* é a informação direta, a visão aprofundada de um fato ou situação, suas razões, conseqüências ou implicações, próximas ou remotas. Seu relacionamento orgânico com a prática democrática baseia-se no consenso universal que nega a onisciência dos agentes governamentais, assim como dos demais partícipes da sociedade e, ao mesmo tempo, indica ser altamente salutar o exame de todas as informações precedentemente a qualquer tomada de posição. O que faz do *lobby* uma prática racional por excelência e obrigatoriamente responsável pelas conseqüências que vier a gerar”.

(LEMOS, 1988, p. 49).

No Brasil, o *lobbying* é reconhecido como atividade de relações públicas, de assessores parlamentares, de jornalistas e profissionais liberais, identificados com os interes-

ses de um determinado grupo empresarial ou segmentos sociais organizados da sociedade, que exercem suas influências de forma transparente, respondendo perante a Justiça por qualquer ato que exceda os limites da atividade lobista, mesmo aqui, na qual ele não é regulamentado. (BORIN, 1988).

O que singulariza o *lobbying* e lhe confere imensa complexidade é a sua fluidez. Desse modo, há diversos fatores que podem contribuir para a dificuldade no estabelecimento de um padrão rígido de classificação. Esses fatores são: o caráter transitório de alguns interesses defendidos, as alianças efêmeras entre setores da sociedade em torno de interesses convergentes e o surgimento de novos interesses na sociedade. (ARAGÃO, 1992).

As estratégias empregadas na atividade de *lobbying* variam, qualificando diferentemente os *lobbies*. Contudo, criar categorias explicativas sobre o *lobbying* é tarefa complexa, já que a atividade se compõe de um emaranhado de práticas justapostas ou interconectadas que ocorrem simultaneamente.

Apesar de acreditarmos que o *lobbying* desempenha destacado papel como força social de aproximação entre sociedade civil e Estado ao possibilitar a participação dos grupos de pressão no processo de tomada de decisões, ele carrega um estigma de marginalidade que não pode ser desprezado.

2. A face negativa do lobbying

Por aproximadamente quinze anos, o termo *lobbying* foi utilizado quando a imprensa se referia à corrupção e tráfico de influência, o que desgastou o termo, criando um estigma de marginalidade que, hoje, longe de ter sido superado, ainda envolve a atividade.

Bem documentado pela imprensa, o termo *lobbying*, não raro, é utilizado com imprecisão. Algumas vezes é usado como sinônimo de pressão simples, tráfico de influência ou corrupção. Outras vezes, é tomado

como prática exclusiva de grandes corporações que utilizam seu poder econômico para alcançar seus objetivos.

O estigma que o *lobbying* carrega está relacionado ao fato de a atividade aparecer associada a escândalos, a licitações direcionadas, propinas e obras superfaturadas. E os protagonistas dessas histórias, no Brasil e no exterior, têm sido na maioria das vezes empresas e autoridades públicas. Esses fatos reforçam a imagem do *lobby* como ilegítimo e ilegal.

Hoje, a palavra *lobbying* carrega um significado tão negativo que os próprios profissionais da área preferem utilizar outros termos para descrever sua atividade.

Alguns autores mostraram em seus trabalhos uma face do *lobbying* realizado no Brasil que se utiliza da corrupção e tráfico de influência para a representação de interesses. (BORIN, 1988; FIGUEIRA, 1987; BEZERRA, 1995, 1999).

Bezerra (1999) mostrou a atuação dos escritórios de *lobby* e consultoria na liberação de verbas dos Ministérios para prefeituras municipais e governos estaduais utilizando-se da intermediação de parlamentares. O que se vê são redes de relações pessoais atuando sobre o trâmite dos pleitos, que envolvem Ministros, deputados, senadores, assessores parlamentares, funcionários federais, técnicos, prefeitos e governadores. Mostra também como as grandes empreiteiras montam esquemas de influência para a liberação de verbas, utilizando-se ou não dos serviços dos escritórios de *lobby* e consultoria.

Para dar agilidade aos pleitos, os funcionários recebem presentes e dinheiro dos assessores parlamentares e lobistas, que “acompanham” os processos do interesse de seus clientes.

Mas as atividades dos escritórios de *lobby* não dizem respeito apenas ao “acompanhamento” dos processos. Muitas vezes esses escritórios são responsáveis pela elaboração do projeto e pelo encaminhamento das providências burocráticas necessárias

para o encaminhamento de processos ao Ministério. Ao receber informações privilegiadas dos funcionários federais, informam aos prefeitos e governadores quais verbas serão liberadas e como devem proceder para ter acesso a essas verbas.

Apesar de entendermos *lobby* como saber especializado e informação privilegiada, sabemos – como o estudo de Bezerra (1999) mostrou, e como a imprensa noticia cotidianamente – que o *lobbying* nem sempre é praticado da maneira ideal.

Além das práticas ilegais propriamente ditas, o *lobbying* apresenta algumas características que podem ser vistas como danosas a uma sociedade democrática e igualitária.

Em primeiro lugar, gostaríamos de ressaltar os investimentos de monta que devem ser feitos para qualquer tipo de ação de *lobbying*.

Apesar de o *lobby* público no Brasil não ser forte, como Aragão (1992) afirma, idealmente, qualquer grupo de interesse ou pressão pode-se associar a outros de mesmo tipo e que apresentem os mesmos ideais e montar uma estratégia de *lobbying* no Congresso Nacional. Desse ponto de vista, há condições iguais para todos, o que reforçaria o interesse público.

Porém, nem todos têm condições financeiras e estrutura para realizar a atividade de *lobbying*.

O fato de que apenas alguns segmentos da sociedade são aptos a implementar uma ação de *lobbying* leva a um desequilíbrio na esfera da representação de interesses. O ideal seria que todos os segmentos da sociedade – sejam eles de trabalhadores ou de empresários, grupos ambientalistas ou feministas – tivessem as mesmas condições de implementar uma ação de *lobbying*. No entanto, não é o que a realidade nos mostra.

Um exemplo bastante simples dessa argumentação reside nas diferenças com relação à estrutura que possuem a CNI e o DIAP. A CNI dispõe de recursos financeiros muitas vezes maiores que os do DIAP. E isso

ocorre porque o DIAP, além de não ser agraciado com a contribuição sindical das Federações e Sindicatos da Indústria, depende da mensalidade de seus associados para se manter.

Desse modo, é inegável que o *lobbying* apresenta um formato de articulação de interesses que acentua as divisões sociais e favorece os grupos que possuem maiores recursos financeiros.

Outra questão que deve ser levantada está relacionada à prática dos lobistas. Ao defender interesses específicos e muitas vezes particularistas, o modo lobista de influenciar decisões incide negativamente sobre as possibilidades de alargamento da proteção social promovida pelo Estado, uma vez que coíbe coalizões amplas e duradouras.

Todos esses fatos conjugados reforçam ainda mais um grande preconceito que existe com relação à atividade. Dependendo do segmento social que implementa a prática, esse preconceito aumenta ou diminui.

Se o *lobbying* é realizado por um grupo de pressão do setor financeiro, é um *lobby* do mal e, portanto, ilegítimo. Porém, se o *lobbying* é realizado por um grupo de pressão que congrega os interesses de trabalhadores ou de uma ONG ambientalista, então o *lobbying* realizado é considerado do bem e, portanto, louvável.

Com relação ao *lobbying* privado, o preconceito é ainda maior, pois ele é rapidamente relacionado ao abuso de poder econômico e à defesa de interesses egoísticos ou particularistas. No entanto, como é visto o *lobby* público? O *lobbying* de alguns setores governamentais é particularista, porém, não é visto como tal.

De nosso ponto de vista, isso ocorre, pois não se vê o próprio Estado como lobista, defendendo interesses particularistas em seu próprio bojo. Se é Estado, o interesse público vem em primeiro lugar e não há discussões sobre sua legitimidade ou não.

Os lobistas são os mais afetados por esse preconceito. A sociedade os vê de maneira negativa, pois lhes é atribuída imensa in-

fluência política e, portanto, um poder de transformação que nem sempre os mesmos possuem.

A não regulamentação da atividade também contribui para que o estigma se perpetue, já que não há impedimentos legais para aqueles que exercem a profissão de maneira inapropriada.

Existe certo desconforto com relação à atividade, e isso é inegável. Quanto menos ideologizada e mais particularista nossa sociedade se torna, mais necessária se faz a discussão em torno do *lobbying*, pois o seu crescimento é inevitável.

Apesar de não apresentar, hoje em dia, um estigma de marginalidade tão forte quanto o do *lobbying* brasileiro, nos EUA o *lobbying* também é visto de maneira negativa. Ele não possui a mesma legitimidade da representação eleita e, segundo Graziano (1996), muitas dúvidas e suspeitas continuam a rondar a atividade e seus participantes.

Na Europa, o *lobbying* também é visto de maneira negativa e jamais foi regulamentado. Na França, o *lobbying* é visualizado como uma atividade liberal e não está sujeito a leis particulares. A profissão de lobista é classificada como “liberal e independente” e cursos de formação específicos, como o ministrado pelo Instituto de Estudos Políticos de Paris, já se encontram em funcionamento. Apesar da tendência à profissionalização da atividade, denotada pelo oferecimento de cursos de formação, o Parlamento Francês, diferentemente do Europeu, não reconhece a atividade.

O Parlamento Francês não registra lobistas, impedindo seu acesso às salas de reuniões, documentos e parlamentares nos corredores, o que evidencia não só que a atividade não é reconhecida, como também não é bem-vinda.

Hoje em dia, há um movimento crescente de *lobbying* no Parlamento Europeu em Bruxelas. Grandes escritórios de *Public Affairs*, como a Burson-Marsteller, possuem escritórios em Bruxelas. Estima-se que haja até três mil escritórios de consultoria e

lobbying em ação. No entanto, o formato é ligeiramente diferente do *lobbying* americano.*

Assim como a opinião pública tem uma visão negativa acerca do *lobbying*, os parlamentares também oferecem resistência à sua prática e conseqüentemente à sua regulamentação. Existe certo preconceito com relação à atividade. Aragão (1992) divide os tipos de resistência oferecidas pelos parlamentares em quatro:

– Ideológica: um parlamentar do PT não se sente confortável com uma abordagem de um representante não-parlamentar da UDR.

– Funcional: o parlamentar considera o lobista como uma espécie de concorrente, tanto como impulsionador da atividade legislativa quanto representante de interesses econômicos/sociais concorrentes aos seus;

– Profissional: o parlamentar assume o papel do lobista e concorre profissionalmente com os agentes de grupos de pressão;

– Ética: o parlamentar teme sobre a lisura e legalidade das ações dos grupos de pressão e seus agentes na defesa de interesses.

A criação do estigma de marginalidade do *lobbying* teve início na década de 70 e está intrinsecamente relacionado à estrutura do Estado brasileiro.

Durante a ditadura militar, o Congresso foi extremamente enfraquecido e o atendimento de demandas, assim como a formulação de políticas públicas, tornaram-se atribuição do Poder Executivo. Além disso, o processo de tomada de decisões e as informações que subsidiariam essas decisões eram muito centralizados. É a partir desse contexto que surge a figura do “amigo do Rei”.

A compra de acessos e resultados era uma constante e para isso bastava ter bons contatos, ou seja, ter acesso ao “amigo do Rei”. Conhecer ministros influentes ou militares em cargos estratégicos era essencial para o sucesso do lobista. No entanto, todo o processo se desenrolava na clandestinidade.

* Informações sobre o *lobby* europeu acessadas pelo site: <<http://td257.hospedagemweb.com.br/bastidores/bastidores11.htm>>. Acesso em 05 jan. 2004.

Segundo Lemos (1988), até muito recentemente, o setor produtivo viveu na estreita dependência do governo ou “de figuras de poder”.

Essa relação tão próxima entre o setor produtivo e as figuras de poder gerou a compra de acessos e resultados e uma série de acordos escusos foram travados. A essas negociatas a imprensa deu o nome de *lobby*. A relação entre *lobby*, corrupção e tráfico de influência estava traçada e a mídia passou a denunciar essas negociatas utilizando-se erroneamente do termo.

A mídia, apesar de estar prestando um importante serviço à sociedade civil ao denunciar práticas escusas, ao utilizar o termo *lobby* de maneira indistinta acabou por mistificá-lo. O termo passou por um desgaste prematuro, já que foi utilizado como sinônimo de corrupção e tráfico de influência.

De nosso ponto de vista, foi inapropriado utilizar o termo *lobby* como sinônimo de corrupção e tráfico de influência, pois *lobbying* e regimes ditatoriais não se conjugam. Um sistema político em que as decisões são centralizadas e o Poder Legislativo é fraco não apresenta um ambiente adequado para o desenvolvimento do *lobbying*. Aliado ao desconhecimento sobre a atividade, todo tipo de confusão foi propiciada sobre o termo.

Portanto, acreditamos que *lobbying* e corrupção e *lobbying* e tráfico de influência são atividades completamente distintas que não podem ser conjugadas. Rejeitamos termos como *lobbying* antiético, *lobbying* do mal ou *lobbying* negativo.

Sendo assim, atividades que não se utilizam de uma representação técnica, pautada pelo oferecimento de informações imparciais e confiáveis e que propiciem uma abertura de canais de comunicação com o governo, não podem ser caracterizadas como *lobbying*. Crimes como a corrupção e o tráfico de influência, apesar de terem sido considerados como sinônimos de *lobbying* durante a ditadura militar, não o são, e, portanto, devem ser punidos.

3. O desenvolvimento do lobbying no Brasil

Pouco foi escrito sobre *lobbying* no Brasil. Existem alguns estudos efetuados, em sua grande maioria, por profissionais das áreas do Direito, Administração, Jornalismo e Relações Públicas. (LODI, 1982, 1986; FIGUEIRA, 1987; LEMOS, 1988; BORIN, 1988; ARAGÃO, 1992, 1994; VIANNA, 1994, 1995; RODRIGUES, 1996; BEZERRA, 1999).

Bezerra (1999) e Vianna (1995) assim como Aragão (1992) são alguns dos poucos representantes da academia a estudar o *lobbying* no Brasil. Bezerra (1999), um antropólogo político, ao discutir o processo de negociação para o orçamento da União, esbarra nos escritórios de *lobby* e consultoria atuantes em Brasília, fazendo uma análise em que *lobby* e corrupção estão fortemente ligados. Vianna (1995), com o objetivo de desvendar os fatores de natureza política que dificultam a concretização do modelo universalista de seguridade social inscrito na Constituição de 1988, afirma que há uma americanização (perversa) da seguridade social no Brasil e utiliza-se do *lobbying* como categoria explicativa. Aragão (1992), por sua vez, produziu um dos mais completos trabalhos sobre grupos de pressão já escritos.

Uma das razões para o pequeno interesse da academia sobre o *lobbying* reside no fato de uma insistência demasiada dos pesquisadores em uma perspectiva estatista, que Vianna (1994) chama de européia. Segundo a autora, além de reduzida, a produção acadêmica parece sofrer de um certo preconceito, pois diversos trabalhos que abordam a atuação de grupos sociais e/ou setores empresariais na defesa de seus interesses procuram referenciais analíticos alheios à questão do lobismo, contribuindo para mantê-la num certo limbo teórico.

Segundo a autora, a literatura recente sobre políticas sociais acentua o papel dos interesses diversificados na situação atual sem associá-lo ao *lobbying* como fenômeno mais geral.

A maioria dos trabalhos sobre políticas sociais foi escrita nas décadas de 70 e 80. No entanto, isso não quer dizer que não havia grupos de pressão atuando no cenário nacional antes disso.

Segundo Figueira (1987), no século passado já havia *lobby* no Brasil e o movimento da abolição da escravatura é um bom exemplo.

Aragão (1994), por sua vez, acredita que no século XIX já se praticava *lobbying* no Brasil e cita como exemplo as práticas da Associação Comercial do Rio de Janeiro, que começou a se organizar em 1808 com o objetivo de defender e cooperar ativa e constantemente com relação a tudo quanto pudesse concorrer para o desenvolvimento das classes que representava.

O autor lembra a atuação da Associação Comercial da Bahia, fundada em 1811, e que em vários casos atuou em defesa dos interesses de seus associados e de entidades coligadas, perante o Congresso Nacional durante a Primeira República.

Além dos estudos acadêmicos escassos, eventos voltados para a discussão do tema não aconteceram em profusão.

A preocupação com o fenômeno, embora não seja nova, só tem-se manifestado em eventos esparsos. Um desses eventos foi a I Conferência Nacional da OAB em 1958, que incluiu o tema “Advocacia e Poder Legislativo: *Lobbying*”.

A tramitação de leis – como a criação da Petrobrás, o Código Brasileiro de Radiodifusão, o Estatuto do Trabalhador Rural, todas aprovadas antes do golpe militar de 1964 – teve a decisiva participação dos grupos de pressão na sua aprovação. (ARAGÃO, 1992).

Durante a ditadura militar, a atuação de grupos de pressão era restrita devido à centralização do processo de tomada de decisões no Executivo, o que resultou na fragilidade do Poder Legislativo. Essa centralização, porém, não impedia que certos grupos pressionassem o Poder Executivo, a fim da obtenção de suas demandas.

O regime autoritário levou a cabo a modernização econômica do Brasil. Criou interesses, ao mesmo tempo em que impedia ou fragmentava suas vias de expressão, mudando assim a relação tradicional entre o Estado e a sociedade civil. (VIANNA, 1995).

Deu-se então a interrupção de um vigoroso processo associativo que tendia a se fortalecer na medida em que a prática democrática continuava a ser exercida pela sociedade. Segundo Schmitter (1971 apud ARAGÃO, 1992), não existia no Brasil pré-64 um genuíno pluralismo na organização dos interesses no país.

No entanto, o golpe militar teve ampla sustentação por parte de setores organizados da sociedade civil, revelando a interferência dos grupos no sistema político do país.

Durante sua vigência, há um grau bastante alto de interferência por parte do Estado na vida brasileira. Calcula-se que, ao fim do regime militar, existiam mais de 150 mil normas, entre leis, decretos-lei, decretos, atos, portarias e circulares, regulando praticamente todas as atividades no país, principalmente a econômica.

Uma reportagem da revista *Visão*, publicada em 12/11/1973, chama a atenção para a atuação dos grupos de pressão no Congresso. Tinha como título: *Lobby à Brasileira*. (ARAGÃO, 1994; VIANNA, 1995).

A *Gazeta Mercantil*, em 2/7/1980, publica a matéria intitulada: *Lobby: no Brasil, uma instituição tão antiga quanto Brasília*. Seu autor narra casos de lobismo explícito. Em 1982, a questão dos *lobbies* motivou a publicação de mais de cinquenta matérias e artigos na imprensa. (VIANNA, 1995).

Além do grande número de matérias e artigos na imprensa, 1982 foi um ano propício à realização de eventos sobre o *lobbying*.

O VII Congresso Brasileiro de Relações Públicas trouxe especialistas americanos, entre eles, Phillip Kotler, um proeminente autor da área, que ressaltou o aspecto profissional do *lobbying* para o profissional de

relações públicas. Nessa época, profissionais de relações públicas defendiam uma espécie de reserva de mercado no exercício das atividades profissionais como lobistas. Esteve presente também o Senador Marco Maciel, que posteriormente, em 1984, foi o primeiro parlamentar a tomar a iniciativa de propor uma lei que regulamentasse a atividade.

Outro evento organizado na mesma ocasião foi um seminário, promovido pela Universidade de Brasília, intitulado: "*Lobby e Grupos de Pressão*". Professores, profissionais e parlamentares avaliaram a legitimidade do *lobbying*.

Para Aragão (1994), um reflexo da importância dessa nova realidade é o fato de algumas entidades empresariais buscarem o Congresso para a defesa de seus interesses. Seguem alguns exemplos:

1) Disputa de 1978 a 1980 entre distribuidores de veículos e montadoras, que terminou com um acordo de paz intermediado pelo Palácio do Planalto.

2) Disputa entre plantadores de frutas, notadamente de cítricos, e produtores de refrigerante, em 1975. Os plantadores queriam estabelecer um percentual de suco de frutas nos refrigerantes.

3) No fim dos anos 70 e início dos 80, uma disputa entre transportadores de cargas, nacionais e multinacionais, encerrou-se com o veto presidencial ao projeto de lei que permitia a entrada de empresas multinacionais no setor.

4) A indústria da comunicação mobilizou-se entre 1978 e 1984 para impedir a aprovação de projeto que bania a propaganda de cigarros na televisão (ARAGÃO, 1992).

Segundo Aragão (1992), do ponto de vista econômico, o pacto entre o alto empresário e o regime militar havia chegado ao fim, agravado pelos choques do petróleo nos anos 70 e a redução dos empréstimos externos, determinando o encerramento do ciclo desenvolvimentista conhecido como o milagre brasileiro.

Apesar da excessiva intervenção e regulamentação do Estado na economia, o regime militar perdeu a capacidade de arbitrar o conflito entre diversos grupos empresariais e os conflitos entre capital e trabalho e o aumento da pressão política e econômica dos sindicatos de trabalhadores a partir de 1978 aliado a outros fatores como o início de um ciclo de crise econômica com o aumento da inflação, a perda do poder aquisitivo da população e a ocorrência de choques econômicos com os sucessivos planos heterodoxos com congelamento de preços e elevação de tarifas públicas contribuíram para o início do período de abertura política: lenta, gradual e irrestrita. (ARAGÃO, 1992).

Nos anos que antecederam a Constituinte, de fato, as condições propiciadoras do *lobbying* se consolidaram. Podemos ressaltar dois fatores: a) diversificação de instrumentos e canais de comunicação entre segmentos, principalmente empresariais e o Congresso; b) fragmentação crescente dessa representação. (VIANNA, 1995).

Em 1982, os grupos de pressão possuíam mais visibilidade no Congresso Nacional, principalmente os grupos empresariais, pois, com a vitória do PMDB nas eleições para a Câmara dos Deputados e as vitórias oposicionistas no Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais, o empresariado temia a ascensão das oposições ao poder.

Em 1983, era possível perceber uma ligeira diferença com relação ao processo adotado na representação de interesses. Embora o Congresso Nacional ainda fosse frágil, os representantes ali alocados possuíam alguma influência.

“Conhecer os ministros é bom, mas já não resolve tudo. O apoio de um parlamentar é muito importante”, afirmou o lobista José Pereira Graça Couto à revista *Senhor* de 31/8/1983.

Com a democratização, uma série de agentes, pouco acostumados com o novo modelo de participação e carentes de canais de representação política, aderiram ao *lobbying* como forma de pressionar os deci-

sores em favor de seus interesses, o que ganhou visibilidade no período de atuação da Assembléia Nacional Constituinte.

Em um regime democrático, a atuação dos grupos de pressão é essencial, uma vez que garante e defende efetivamente os interesses de minorias que o regime representativo não tem condições de abarcar.

O fortalecimento do Congresso Nacional como esfera decisória foi vital para esse processo. Segundo declaração do lobista Alexandre Paes dos Santos à revista *Senhor* de 31/8/1983, o *lobby* tende a se expandir com o fortalecimento da influência dos representantes eleitos. Segundo ele, “há 20 anos, não há *lobby* no Congresso. Agora, como a oposição fortaleceu-se, o *lobby* começou a tornar-se importante. E os amadores estão perdendo terreno”. (SANTOS, 1983, p. 49).

A democracia trouxe novos atores à arena decisória e os aspectos processuais da tomada de decisão foram muito alterados. Dessa forma, o Congresso passa a ter um poder sem precedentes na formulação de políticas.

Segundo Aragão (1992), foi a partir das eleições de 1982 que o empresariado passa a se preocupar com a oposição no Congresso, porém, antes, algumas entidades já realizavam serviços regulares de monitoramento legislativo. Destacavam-se as seguintes entidades: CNI (Confederação Nacional da Indústria), CNC (Confederação Nacional do Comércio), CNA (Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil), CACB (Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil), ABERT (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão), Federação do Comércio de São Paulo e FI-ESP (Federação das Indústrias do Estado de São Paulo).

Essa nova situação, além de motivar uma aproximação entre os grupos e o Congresso Nacional, leva-os a montar departamentos de assessoria parlamentar e a contratar consultores externos.

O aumento da importância das assessorias parlamentares e a contratação de con-

sultores externos é um reflexo dessa nova realidade. Não só as empresas e entidades de classe tratam de adquirir melhores recursos humanos, como o fazem também deputados e senadores que passam a depender cada vez mais de assessores qualificados, que podem interpor certas barreiras ao assédio lobista, ou participar do jogo. Sendo o *lobbying* uma via de mão-dupla, da mesma maneira que os lobistas pressionam os parlamentares, os parlamentares pressionam os governadores para que mobilizem suas bancadas. Nesse sentido, o papel do assessor técnico é o de alavancar *lobbies*. (VIANNA, 1995).

No entanto, o processo de fragmentação das entidades representativas não cessou. A criação do PNBE (Pensamento Nacional das Bases Empresariais) e do IEDI (Instituto de Estudos para o Desenvolvimento Industrial) resultam do descontentamento de amplos segmentos da classe empresarial para com as entidades já existentes, como a FIESP. Segundo Vianna (1995, p. 189), uma reportagem da revista Isto É de 14/9/1994 exemplifica esse fato. “Racha do setor eletro-eletrônico provoca a debandada de empresas da ABINEE para uma nova entidade”.

Lado a lado com as entidades “guardachuvas”, como a CNI e a CNC, dezenas de agrupamentos setoriais e lobistas de empresas ganharam *status* (formal ou informal) de representantes de interesses empresariais. (VIANNA, 1995).

Segundo Aragão (1992), após 1983, dezenas de entidades empresariais de setores específicos passaram a atuar no Congresso. Isso ocorreu porque:

- 1) Existe uma incapacidade natural das grandes entidades para tratarem, com eficiência, temas específicos de determinado setor;

- 2) Há necessidade de maior aproximação com o mundo político, independentemente dos canais de acesso das lideranças das grandes confederações;

- 3) Ocorre a existência de conflitos internos, específicos de entidades abrangentes,

trazendo a necessidade da maior generalização do discurso em detrimento de especificidade e segmentação;

- 4) Existe a crença de determinados setores do empresariado de que as lideranças de grandes confederações e federações estavam “envelhecidas”, “defasadas” ou excessivamente condescendentes com os poderes públicos;

- 5) Há a constatação de que múltiplos canais reverberando a mesma posição são mais eficientes do que um único canal de defesa de interesses.

O retorno dos grupos de pressão ao Congresso Nacional, a partir do fim da década de 70, foi facilitado pela “abertura política” e pela real perspectiva de que as oposições poderiam assumir o poder. (ARAGÃO, 1992).

Em adendo a isso, está a luta pela redemocratização, com a anistia política, a reorganização partidária, as diretas para Governador em 1982, a campanha eleitoral de Tancredo Neves e o Colégio Eleitoral em 1985 e a Assembléia Nacional Constituinte entre 1987 e 1988.

O resultado do processo de redemocratização foi o fortalecimento do Congresso Nacional como poder político e, conseqüentemente, dos grupos de pressão, que retomaram seu lugar no processo democrático, fazendo pressão e tentando influenciar os legisladores.

Nesse contexto, renasceu o interesse sobre o papel institucional dos grupos de pressão, notadamente no Poder Legislativo.

Em 1988, diante da evidente atuação dos *lobbies* durante o funcionamento da Assembléia Nacional Constituinte, o Instituto Tancredo Neves e a Fundação Friedrich Naumann realizaram um debate acerca do tema.

Nesse período, alguns grupos de pressão de natureza diversa passam a atuar fortemente. Entre eles, estão alguns grupos indigenistas que já aparecem registrados na Câmara dos Deputados desde 1983. Outro grupo interessante é o “*lobby* do batom”,

grupo que defende as causas feministas e que já atuava desde os anos 70, quando os primeiros grupos feministas se registraram como entidades legais. Seu trabalho foi mais intenso, sobretudo, durante a Constituinte. Questões como licença-maternidade, aborto, pátrio-poder e muitas outras ali se encaminhavam de forma decisiva e, portanto, o acompanhamento era necessário. (VIANNA, 1995).

A trajetória dos aposentados é similar. Apesar de conhecidos do público pouco antes da Constituinte, foi durante os trabalhos da Comissão Afonso Arinos que foram percebidos como um grupo que tinha de ser ouvido.

O panorama apresentado denota que são os grupos de pressão empresariais que principalmente atentam para a necessidade de influenciar as decisões governamentais. A questão que se coloca, no entanto, está relacionada aos meios utilizados para chegar a esse intento.

A centralização das decisões no Poder Executivo limitou muito a chegada de qualquer interesse que não fosse empresarial, uma vez que tanto o Estado quanto os empresários não são alheios ao tratamento privilegiado que estes sempre receberam.

Os grupos de pressão da sociedade civil, em sua grande maioria, ficaram à margem desse processo. Isso ocorreu, pois, para se influenciar o poder naquele período, era necessário saber quem deveria ser acessado. A falta de transparência das informações e do processo de tomada de decisões e a centralização de poder no Executivo contribuíam para que apenas um pequeno grupo de notáveis pudesse efetivamente ter alguma influência sobre o processo de tomada de decisões.

Entretanto, com a redemocratização, pudemos perceber que os grupos de pressão afetaram o processo legislativo. Sem maioria no Congresso e sem condições de impor suas decisões, o regime militar e as oposições tiveram que negociar o andamento de projeto de lei abrindo maior espaço

para a participação dos grupos de pressão no processo decisório.

Diversos projetos de lei discutidos e aprovados ao longo dos anos 80 tiveram a participação decisiva dos grupos de pressão, como o caso da revenda de veículos automotores em 1980; o aumento da contribuição previdenciária e taxas sobre supérfluos em 1981; a reserva de mercado na informática em 1984; o estatuto da microempresa em 1984; proibição da demissão imotivada do trabalhador em 1983/1985; código de defesa do consumidor em 1990; regulamentação do novo salário-mínimo em 1991. (ARAGÃO, 1992).

Apesar do florescimento da atuação dos grupos de pressão após o processo de redemocratização, há uma questão que nos inquieta: como países que não possuíam uma democracia consolidada poderiam apresentar as condições ideais para o desenvolvimento do *lobbying*?

Essa questão é interessante, pois, a partir de nossas investigações, vimos que o desenvolvimento do *lobbying* no Brasil data da década de 70 e, nesse período, vivíamos sob a égide de uma ditadura militar.

Sendo assim, como entender a atuação dos grupos de pressão em um momento de cerceamento das práticas associativas?

Segundo Lodi (1982, p. 48),

“durante os anos de autoritarismo, o empresário percebeu que era mais rápido e eficaz ativar uma autoridade superior ou ‘amigo do rei’, recorrendo ao sistema hierárquico, de cima para baixo, do que trabalhar o setor legislativo ou as autoridades de baixo para cima ...”

A afirmação de Lodi (1982) ressalta dois pontos que já abordamos, ou seja, a centralização do poder no Executivo e a diminuição de poder do Legislativo.

Alguns aspectos contribuíram para a volta dos grupos de pressão ao cenário político, e, quando nos referimos à volta desses grupos, estamos nos referindo aos gru-

pos de trabalhadores e aos grupos da sociedade civil, que faziam *lobby* público.

O primeiro dos aspectos observados é o próprio processo de redemocratização, que faz com que todos se adaptem a uma nova realidade, tanto o Estado quanto a sociedade civil. O segundo aspecto é o fortalecimento do Congresso Nacional e a instalação da Assembléia Nacional Constituinte, que já foram discutidos anteriormente.

No entanto, esses dois aspectos não são suficientes para abarcar toda a realidade da representação de interesses, que é consequência do período da redemocratização.

Podemos afirmar que a Constituição de 1988 foi escrita a partir de um modelo de Estado do Bem-Estar Social, que é uma corrente européia e estatizante, e não sob a ótica do Estado Liberal, corrente norte-americana, baseada na competição dos interesses.

Desse modo, por que se fortalece o *lobbying* diante de outros modelos de representação, como o modelo neocorporativo, por exemplo?

Ao discutir as razões do desenvolvimento do *lobbying* no Brasil após o período de redemocratização, Vianna (1995, p. 174) elenca algumas características de nosso sistema político, as quais, em sua opinião, contribuíram para o desenvolvimento do *lobbying*. A autora afirma que

“No Brasil, nunca houve partido com as características (e as raízes) das agremiações social-democratas européias; políticas keynesianas não foram propriamente o forte das experiências de planejamento econômico no país; e, sobretudo, no campo das relações de trabalho e do movimento sindical, o arbítrio e a segmentação corporativa sempre predominaram, impedindo que qualquer idéia de ‘pacto’ vingasse. Desse modo, os formatos neocorporativos e concertacionais de organização dos interesses e de influência sobre os processos decisórios, decisivos para a consolidação do Estado de

Bem-Estar, não se estabeleceram no Brasil. Ao contrário, (...) a prática particularizante do lobismo se impôs”.

Para Vianna (1995), o *lobbying* é uma alternativa ao neocorporativismo como formato de articulação de interesses; alternativa que já parece arraigada na sociedade brasileira.

Os aspectos do nosso sistema político, ressaltados pela autora, leva-nos a concordar com a mesma quando afirma que o desenvolvimento do *lobbying* no Brasil se deu a partir de uma “americanização” de nossa política.

A “americanização” da política consiste na conjugação de determinadas características, entre elas: ambiente em que interesses fragmentados e múltiplos competem por maior influência sobre os processos decisórios; predominância de demandas particularizadas; diminuição da atuação de grandes organizações representativas dos diferentes interesses sociais e aumento da atuação dos *lobbies* como intermediadores de reivindicações tópicas e a predominância da competição em torno de *issues* pontuais.

Como já afirmado, a organização do Estado brasileiro contribuiu para o desenvolvimento do *lobbying*, uma vez que: apresenta extrema permeabilidade ao particularismo; tem pouco poder de *enforcement*; possui partidos políticos fracos; demonstra um desvirtuamento das funções legislativa e judiciária, que leva a uma certa confusão entre o que é público e o que é privado (privatização do público); e, por último, um mercado de trabalho muito heterogêneo, segmentado e excludente. Todas essas questões conjugadas levariam os grupos de pressão e/ou interesses a aderir à prática do *lobbying*, negando assim a construção de pactos neocorporativos. (VIANNA, 1995).

Exemplos dessa argumentação podem ser buscados na atuação dos grupos de pressão dos trabalhadores e empresários. A atuação do movimento sindical brasileiro apresenta um padrão de demanda pulverizado e insulado, e o empresariado sofreu com a

crecente fragmentação de suas entidades representativas. A criação do PNBE e do IEDI é resultado dessa fragmentação e da pulverização de entidades de representação de interesses do empresariado. As discordâncias entre a CUT (Central Única dos Trabalhadores), a CGT (Confederação Geral dos Trabalhadores) e a Força Sindical também podem ser apontadas.

Os anos 2000 trazem uma perspectiva bastante animadora para o *lobbying* no Brasil. Parece-nos que a sociedade civil como um todo e não mais apenas o capital industrial e financeiro perceberam que é importante ter seus interesses representados de forma profissional.

Hoje, existem centenas de profissionais trabalhando na esfera de representação de interesses no Brasil e esse número tem crescido consideravelmente.

Aragão (1992, p. 86) afirma que “a profissionalização dos esforços de defesa de interesses no Congresso Nacional é fenômeno recente, ocorrido com maior vigor após a derrubada do regime militar em 1985”.

Contudo, ainda que recente, não podemos deixar de notar alguns pontos que, se considerados conjuntamente, apontam-nos uma forte tendência de profissionalização da atividade no Brasil.

Uma das questões mais importantes e que nos chamaram a atenção no curso de nossa investigação foi o crescente número de lobistas que haviam procurado maior aporte acadêmico, procurando realizar cursos de pós-graduação em nível de especialização e até mestrado. A UnB oferece um curso de especialização em Assessoria Parlamentar e vários lobistas entrevistados, assim como seus funcionários, haviam realizado esse curso.

Além da grande procura pelos cursos de especialização em Assessoria Parlamentar, já se pode encontrar na Internet páginas dos escritórios de consultoria e *lobbying* – que anteriormente não constavam sequer da lista telefônica –, anunciando como agem e quais são as estratégias de ação utilizadas.

Com a consolidação da democracia no Brasil e uma maior transparência das informações, sobretudo por parte do Poder Legislativo, a sociedade civil tem percebido as vantagens de apresentar propostas e oferecer sua opinião aos tomadores de decisão com o intuito de contribuir com o processo de elaboração de políticas públicas no país. Esse fato tem criado um nicho de mercado em expansão e, em consequência disso, o número de escritórios de consultoria e *lobbying* tem crescido, seu número de funcionários também, assim como sua estrutura física.

Além dos pontos levantados, não podemos deixar de ressaltar a constatação do elevado nível de qualificação da mão-de-obra dos escritórios de consultoria e *lobbying*, que, em geral, é composta por recém-formados em Ciência Política, Sociologia, Jornalismo, Relações Públicas, Economia, Administração de Empresas e Relações Internacionais pela UnB. Não raro, esses recém-formados, antes de comporem os quadros funcionais dos escritórios de *lobbying* e consultoria, foram estagiários em algum órgão público federal, como a Câmara dos Deputados, o Senado Federal e até a Presidência da República.

Esses jovens lobistas, que aliam formação acadêmica e conhecimento prático da profissão, são um novo dado que não pode ser desprezado.

Porém, sem a regulamentação da atividade, que criaria limites éticos e contribuiria com a transparência necessária para arrefecer o estigma de marginalidade do *lobbying*, sua profissionalização estará sempre comprometida.

4. Considerações finais

A atividade de *lobbying*, independentemente do formato que assuma, é essencial em sociedades democráticas. Isso porque os tomadores de decisão são confrontados com uma complexa rede de interesses e a informação técnica que os lobistas levam a eles é

bastante importante, pois subsidia sua análise sobre o melhor caminho a seguir. O processo de *lobbying* transforma-se assim em uma via de mão dupla, pois, ao fornecer informações imparciais, confiáveis e comprováveis aos tomadores de decisão, os grupos de pressão estão construindo um importante canal de interlocução com o Estado, que, por sua vez, por intermédio de seus agentes, quando considerar oportuno, demandará informações dos grupos de pressão e os convidarão a participar do processo de tomada de decisão.

Envolto por um forte estigma de marginalidade, o *lobbying* no Brasil é comumente confundido com corrupção e tráfico de influência, como ressaltamos várias vezes ao longo do texto. No entanto, não apresenta nenhuma semelhança com esse tipo de prática ilícita.

Um dos argumentos mais fortes sobre essa diferença está centrado na possibilidade da obtenção de resultados duradouros que a utilização do *lobbying* garante.

Ao grupo de pressão cabe escolher qual o melhor caminho a ser trilhado. Se escolher o caminho da corrupção e tráfico de influência, além dos altos custos financeiros, o grupo de pressão deve ter consciência de que, toda vez que o assunto voltar a apresentar riscos ou oportunidades, relações espúrias deverão ser retomadas e mais dinheiro será gasto. Portanto, o uso da corrupção e tráfico de influência, apesar de trazer resultados mais imediatos, a longo prazo se torna incerto e perigoso.

Se escolher o caminho do *lobbying*, além de ser informado rotineiramente sobre a tramitação dos assuntos de seu interesse, poderá formular propostas e oferecer seu ponto de vista, criando um canal de comunicação com o governo. Além de estar bem informado e se transformar em um interlocutor do governo em seu setor produtivo ou área de interesse, o grupo de pressão despende recursos financeiros continuamente, porém, em pouca quantidade, a fim de ver suas demandas discutidas, aprovadas ou rejei-

tadas de acordo com a profundidade do debate travado.

Ao defender um interesse no Congresso Nacional, os grupos de pressão têm grande chance de vê-lo se transformando em leis, que podem regulamentar todo um setor produtivo, criando oportunidades ou evitar riscos para comunidades inteiras. O resultado do *lobbying*, dessa maneira, é seguro e duradouro, além de legítimo.

De nosso ponto de vista, foi inapropriado utilizar o termo *lobby* como sinônimo de corrupção e tráfico de influência, pois *lobbying* e regimes ditatoriais não se conjugam. Um sistema político em que as decisões são centralizadas e o Poder Legislativo é fraco não apresenta um ambiente adequado para o desenvolvimento do *lobbying*. Aliado ao desconhecimento sobre a atividade, todo tipo de confusão foi propiciada sobre o termo.

Portanto, acreditamos que *lobbying* e corrupção e *lobbying* e tráfico de influência são atividades completamente distintas que não podem ser conjugadas. Rejeitamos termos como *lobbying* antiético, *lobbying* do mal ou *lobbying* negativo.

Com a consolidação do *lobbying* no sistema político brasileiro, sobretudo após o período de redemocratização do país, criou-se um nicho de mercado para os lobistas.

No entanto, enquanto a opinião pública não for informada sobre o significado real da atividade de *lobbying* no Brasil, ele nunca poderá ser encarado como deveria, ou seja, como um instrumento essencial para a elaboração de políticas públicas no Brasil.

Referências

ARAGÃO, Murillo. *Grupos de pressão no Congresso Nacional: como a sociedade pode defender licitamente seus direitos no poder legislativo*. São Paulo: Maltese, 1994.

_____. *Os grupos de pressão no Congresso Nacional: abordagem ao papel dos grupos no Legislativo, seus procedimentos e legislação pertinente*. Brasília, 1992. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) –

Faculdade de Estudos Sociais Aplicados, Departamento de Ciência Política e Relações Internacionais, Universidade de Brasília, Brasília, 1992.

BARBIERI, Carlo. Visão do Congresso Norte Americano e Europeu sobre o lobby em uma democracia moderna e globalizada. In: FERREIRA, Josué Santos (Org.). *Os meandros do Congresso Nacional: como interagir e participar das atividades legislativas brasileiras*. Brasília: Senado Federal; Câmara dos Deputados, 2001.

BEZERRA, Marcos Otávio. Municípios, “empresas de intermediação” e verbas públicas: a intervenção e o clientelismo como negócio. *Comunicações do PP-GAS*, Rio de Janeiro, Museu Nacional, UFRJ, n. 5, mar. 1995.

_____. *Em nome das “bases”*: política, favor e dependência pessoal. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1999.

BORIN, Jair. O lobby na imprensa: tipificação e formas de atuação. *Cadernos de Jornalismo e Editoração*, São Paulo, n. 22, 1988.

DINIZ, Eli. Globalização, herança corporativa e a representação dos interesses empresariais: novas configurações no cenário pós-reformas. In: BOSCHI, Renato; DINIZ, Eli; SANTOS, Fabiano. *Elites políticas e econômicas no Brasil contemporâneo*. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer, 2000.

_____; BOSCHI, Renato Raul. Lideranças empresariais e problemas da estratégia liberal no Brasil. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, n. 23, 1993.

FIGUEIRA, Archibaldo. *Lobby: do fico à UDR*. São Paulo: Sagra, 1987.

GRAZIANO, Gigi. Lobbying, troca e definição de interesses: reflexões sobre o caso americano. *Dados*, Rio de Janeiro, v. 37, n. 2, p. 317-340, 1994.

GRAZIANO, Luigi. Lobbying and the public interest. In: ANNUAL CONFERENCE OF ANPOCS, 20., 1996, Caxambu, Brasil, oct. 22-26. Outline of a talk to be given at the 20th Annual Conference of Anpocs. Caxambu: [S. n.], 1996.

GUEIROS, Nehemias. Assessoria a parlamentares e às comissões técnicas do Congresso: legitimidade do “lobbying”. In: CONFERÊNCIA NACIONAL DA OAB, 1., 1958, Rio de Janeiro. Mimeo.

LEMOS, Roberto Jenkins. *Lobby: direito democrático*. São Paulo: Sagra, 1988.

LODI, João Bosco. *Lobby: grupos de pressão*. São Paulo: Pioneira, 1986.

_____. *Lobby & holding*. São Paulo: Pioneira, 1982.

SANTOS, Alexandre Paes. Lobby a descoberto: é o negócio mais próspero da capital. Profissional e à luz do dia. *Senhor*, Rio de Janeiro, p. 49, 31 ago. 1983.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gerard. *Sociologia política: elementos de ciência política*. São Paulo: Difusão, 1979.

VIANNA, Maria Lúcia Teixeira Werneck. *Articulação de interesses, estratégias de bem-estar e políticas públicas: a americanização (perversa) da seguridade social no Brasil*. Rio de Janeiro: IUPERJ, 1995. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1995. Mimeo.

_____. *Lobismo: um novo conceito para analisar articulação de interesses no Brasil*. Centro de Estudos de Políticas Públicas, [Rio de Janeiro?], texto para discussão n. 25, jul. 1994. Mimeo.

