

## **Relações Públicas e *Lobby*: Debate público sobre Representação de interesses<sup>1</sup>**

Israel Angelo dos Santos<sup>2</sup>  
Centro Universitário Sagrado Coração

Jéssica de Cássia Rossi<sup>3</sup>  
Centro Universitário Sagrado Coração, Bauru/SP.

### **Resumo**

As relações do Estado e a sociedade tem se transformado significativamente com o surgimento dos novos movimentos sociais e grupos de interesses. A representação de interesses propõe maior contato com os públicos estratégicos de uma organização, contudo, também impõe o desafio da transparência em suas ações, em que o *Lobby* predomina como fator de grande influência. O objetivo foi desenvolver um estudo teórico-prático sobre a regulamentação da atividade conhecida como *Lobby* e sua influência na atuação dos grupos (interesse/pressão). Foram realizadas as seguintes pesquisas: bibliográfica para fundamentação teórica e pesquisa documental além de elaboração de Produto experimental para veiculação. Observou-se que os públicos diversos buscam informar-se acerca de seus interesses, e que estes sejam evidenciados com maior representatividade, tendo em vista a escassez de informações sobre a causa, mostrou-se um despertar de grande parte para a profissionalização e legitimidade da prática.

### **Palavras-chave**

Representação de interesses; Relações Públicas; Políticas Públicas; Lobby; Relações Governamentais.

### **Introdução**

Com o advento da Globalização e das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), os assuntos públicos se caracterizam como qualquer tema que possua o interesse dos órgãos públicos, a população e as organizações de modo geral, assim, sua comunicação deve gerenciar a veiculação e divulgação de informações de forma acessível e transparente.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Espaço Jovem Pesquisador, na categoria “Trabalho de Conclusão de Curso” (monografias), atividade integrante do XIV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

<sup>2</sup> Recém Graduado em Relações Públicas pelo Centro Universitário do Sagrado Coração (UNISAGRADO) – 2020. E-mail: israelangelos@hotmail.com

<sup>3</sup> Docente na área de Comunicação Social, Coordenadora Projetos de extensão e Orientadora TCC/IC no Centro Universitário Sagrado Coração (UNISAGRADO) Bauru SP. E-mail: jessica.rossi@unisagrado.edu.br

De forma persuasiva, os grupos de interesse/pressão procuram influenciar os “tomadores de decisão” junto ao governo e órgãos estatais, tendo o Lobby como principal atividade em suas atuações no cenário da política nacional.

Antes de aprofundarmos em tais conceitos, é preciso dizer que o Lobby se origina a partir de “grupos de interesses” e/ou “de pressão” que, apesar de semelhante sentido diferenciam-se em alguns aspectos: “De maneira geral, há confusão de entendimento sobre esses termos, muitas vezes considerados como sinônimos no âmbito da relação entre agentes públicos e privados, já que são muito tênues as fronteiras entre cada um deles” (NOBREGA NETTO, 2015, p. 31).

Apesar do termo “*Lobby*” ser ainda incomum e pouco usual nos campos de discussões populares, pode levar às interpretações limitadas e equivocadas; pode também sensibilizar as pessoas sobre novas propostas de inovação em políticas públicas e outros interesses sociais. Neste sentido, há uma percepção de “negação” popular, relacionada à prática da atividade de maneira geral, por isso, é relevante esclarecer um pouco mais sobre o conceito, e informações sobre a prática desta atividade e sua legalização.

Tais ações são promovidas por diversos atores que tem a fim de influenciar os tomadores de decisão, que, por sua vez, são responsáveis por despachar sobre as demandas sociais e a promoção de políticas públicas. Trata-se de uma situação em que a atuação estratégica do profissional de Relações Públicas governamentais pode atuar na mediação de interesses entre Governo e os seus *stakeholders*. Por isso, é desenvolver um estudo teórico-prático sobre a regulamentação da atividade conhecida como *Lobby* e sua influência na atuação dos grupos (interesse/pressão).

Para tanto, foi feita pesquisa bibliográfica sobre temas como Comunicação Pública, Relações Públicas Governamentais, Lobby, Relações Governamentais e Grupos de Pressão. Em seguida, foi elaborada o produto experimental digital “Guia para representação de interesses Lobby”<sup>4</sup> a respeito do tema e sobre a representação de interesses para sensibilizar jovens e adultos, assim como em comunidades e instituições (associações, entidades de classe e organizações sociais) de Bauru e região.

A partir do estudo realizado, foi possível verificar que há uma grande generalização sobre a atividade de *Lobby* e a Representação de interesses em relação aos públicos mais afastados (periféricos) e grupos (movimentos) sociais de baixa representatividade. Há ainda alguns do meio político, que sustentam o estigma do “mito”, foram impactados pela

divulgação do material (cartilha) e atualização informacional dos estudos, fazendo com que através de algumas lideranças, a informação se propague e ganhe espaço para o debate e atuações mais aprimoradas.

## **Comunicação Pública**

Em contextos democráticos, o uso de estratégias comunicativas entre o Estado e a sociedade é uma das formas mais eficazes para garantir a estabilidade e amadurecimento deste sistema político. Trata-se da Comunicação Pública, a qual:

[...] é uma estratégia ou ação comunicativa que acontece quando o olhar é direcionado ao interesse público, a partir da responsabilidade que o agente tem (ou assume) de reconhecer e atender os direitos dos cidadãos à informação e participação em assuntos relevantes à condição humana ou vida em sociedade. Ela tem como objetivos promover a cidadania e mobilizar o debate de questões afetas à coletividade, buscando alcançar, em estágios mais avançados, negociações e consensos. (KOÇOUSKI, 2013, p. 52-54).

É um processo que envolve o relacionamento do Estado com muitos agentes sociais como entidades sociais, partidos políticos, mídia, empresas etc.

A Comunicação Pública é a forma mais adequada para informar os cidadãos, objetivando a construção da cidadania e, apesar do seu conceito ser abrangente e polissêmico que pode levar às interpretações limitadas e equivocadas, promove a sensibilização das pessoas sobre novas propostas de inovação em políticas públicas e outros interesses sociais.

Como ressalta Liedtke e Curtinovi (2016), a Comunicação Pública “[...] é um campo crescente nos estudos da comunicação. [...] Mas ainda carece de modelos de aferição que identifiquem a qualidade daquilo que é praticado por seus promotores e a satisfação dos públicos envolvidos”. Embora os estudos nessa área tenham se expandido nas últimas décadas, ainda há a necessidade de novas reflexões e formas de mensuração da satisfação pública frente a atuação das organizações públicas.

Assim sendo, a forma como o governo estabelece a comunicação com seus diversos públicos é fundamental no desenvolvimento do país, pois determina como o relacionamento com a população ocorre e os interesses que deverão ser administrados diante da comunicação. Para Trindade e Rossi (2017):

A democracia trouxe o interesse pelo processo político e, com isso, os cidadãos passaram a se interessar ainda mais pela cidadania. A necessidade

---

<sup>4</sup> Este trabalho é um recorte do Trabalho de Conclusão de Curso de Relações denominado “Representação de Interesses e Lobby: sensibilização, desmitificação” no 1º semestre de 2020.

de comunicação passa a ser evidente entre os cidadãos e governantes, despertando assim, a verdadeira função da comunicação pública em ampliar os meios de comunicação com a finalidade de atingir um grande número de pessoas. (2017, p142).

Para que isso ocorra, é necessário que se utilize as ferramentas de comunicação mais adequadas frente aos diferentes meios de comunicação e seus públicos, a fim de que se possam alcançar objetivos claros e sólidos. Proporcionando interações em que as instituições públicas e seus públicos possam estabelecer um diálogo contínuo, que consolide uma comunicação, geradora de informação e interação entre todos.

### **As Relações Públicas Governamentais**

Um aspecto característico da atividade de Relações públicas é a função de legitimar a identidade e a imagem institucional por meio da implementação e gestão de qualidade das interações que a empresa pratica com seus *stakeholders*. O caráter organizacional das Relações Públicas é um consenso entre teóricos da área, assim como entre profissionais, já que, de acordo com Oliveira (2002, p.1), se tornam mais complexas no contexto contemporâneo atual, devido às transformações nas formas de gestão, relações de trabalho ambiente externo e de forma geral, toda a estrutura de uma organização.

A atividade de Relações Públicas é considerada uma das áreas da Comunicação Organizacional Integrada, a qual é: “[...] uma filosofia que direciona a convergência das diversas áreas, permitindo uma atuação sinérgica [...] configura as diferentes modalidades comunicacionais que permeiam sua atividade, como a [...] comunicação institucional, a comunicação mercadológica, a comunicação interna e a comunicação administrativa”. (KUNSCH, 2003, p.149-150). Desta forma, evidencia-se o caráter sinérgico da comunicação em que os profissionais de Relações Públicas, jornalistas e publicitários atuam de forma integrada. Possibilita o aperfeiçoamento da área para as tomadas de decisões e planejamentos mais eficazes.

Na área pública, a busca pelo diálogo entre as instituições governamentais com a população também é necessária para o equilíbrio da democracia e para o bem-estar social. Por isso, a atividade de Relações Públicas pode contribuir com a gestão dos relacionamentos nesta dimensão também. Vale lembrar que a função tem por objetivo promover a cooperação mútua nos relacionamentos organizações e seus públicos, em vista do cumprimento da proposta de “missão” institucional.

Entende-se que a atividade de Relações Públicas Governamentais exerce um papel fundamental no relacionamento das organizações em geral com seus públicos estratégicos,

pois a comunicação se tornou indispensável para a negociação de interesses entre ambas as partes no contexto contemporâneo.

Sendo a atividade de Relações Públicas Governamentais responsável pela compreensão mútua entre as organizações públicas e seus públicos de interesse. Segundo Pimenta (2007, p.6) “[...] a relação entre governo e cidadãos pode ser trabalhada pelas relações públicas, já que o primeiro tem a missão de atender o segundo. Nesta relação, os cidadãos são a razão de existir do Estado e os responsáveis por eleger o governo que, sem os cidadãos, também não teria utilidade”.

Portanto, cabe ao profissional de Relações Públicas, na dimensão governamental, articular esses interesses levando em conta o bem comum, mas também se demonstrar aberto a dialogar com grupos que representem interesses específicos. Os profissionais responsáveis pela área de comunicação das organizações públicas devem estar atentos acerca das necessidades legais do público. Assim alerta Torquato (2004), quando afirma que:

A comunicação deve ser entendida como um dever da administração pública e um direito dos usuários e consumidores dos serviços. Sonegar tal dever e negar esse direito são um grave erro das entidades públicas. Os comunicadores precisam internalizar esse conceito, na crença de que a base da cidadania se assenta também no direito à informação. (2004, p.122).

Por outro lado, sabe-se que é demasiada a forma com que se ignora as funcionalidades da área de Relações Públicas no seio de grande parte das organizações governamentais, por conta de interesses políticos, ou até mesmo pessoais de “autoridades” e governantes que ainda tendem a se apoderar das “benesses” da máquina pública para promoção própria ou de outrem.

Portanto, pode-se considerar que tais fatores são de certa forma, como que um obstáculo para a melhor atuação da função de Relações públicas no contexto governamental, pois quanto ao intuito, mantenha-se a ideia de que “A comunicação interfere na reputação corporativa e está sujeita a todos os tipos de avaliação pelos seus públicos de interesse, sejam eles fornecedores, consumidores, empregados ou parceiros”. (TRINDADE, ROSSI, 2017, p.144). Uma vez que a maneira com que os públicos enxergam as instituições públicas irá influenciar diretamente em sua tomada de decisões e a forma como ocorrerá o relacionamento.

## **Lobby**

Na contemporaneidade, as políticas públicas têm se configurado como um produto resultante da articulação de interesses, os quais envolvem públicos (pessoas físicas e jurídicas) de diferentes áreas, classes sociais e segmentos de mercado. Esses, impulsionados por maior ascensão econômica ou social e benefícios diversos, atentam em persuadir e influenciar os agentes públicos e autoridades para obtenção de favorecimentos de grupos específicos ou um público em geral.

A esse respeito, apresenta-se o Lobby como atividade de representação de interesses ou “a ação de influenciar sobre o ‘tomador de decisão’ na esfera do poder público. A ação persuasora do poder público” (LODI, 1986, p3), que também pode ser entendido como “[...] 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”. (OLIVEIRA, 2004, p.12).

Embora o Lobby seja uma prática legítima na sociedade para a defesa de interesses de determinados grupos (desde que feito de forma legal e ética), ainda não é bem visto em algumas sociedades. A falta de conhecimento e de legalização da atividade, leva-a a descrédito quanto a sua importância em uma democracia.

A questão aqui é mais que a desmistificação do Lobby, já trabalhado em outra obra em que a pesquisadora de Relações Públicas, Amanda (MARTINS, 2017) quando supõe que “A nova terminologia como relações governamentais é uma tentativa para evadir a ligação do lobby com crimes de corrupção e tráfico de influência.” (2017, p. 20), mas também, como sugerimos desmitificar, ou seja, afastar o mito que insiste em confundir as boas práticas e costumes.

A respeito disso Galan declara que “Não conhecemos nenhum profissional que mostre no seu cartão de visitas a palavra ‘lobista’.” (2012 p.27) e ainda completa o autor: “[...] não há lobby do bem e lobby do mau; o que existe é lobby e, do outro lado, corrupção e tráfico de influência. São matérias bastante distintas”. (IBIDEM).

No Brasil, a atividade é exercida por profissionais de diversas áreas de atuação, “devem fazer lobby todos quantos atribuam a qualquer ideia valor suficiente para defendê-la e promovê-la – observadas as condicionantes de legalidade e legitimidade tantas vezes referidas neste livro” (FARHAT, 2007 p.356), mas há algumas áreas específicas que dispõem de qualificações para a atividade de lobby, como as de Direito (*Advocacy*) e Comunicação social: jornalistas, publicitários, marketing, e especialmente a função de Relações Públicas que, a partir do código de ética já prevê a sua atuação como lobista :

### Das Relações Políticas e do exercício do Lobby

- Artigo 28 - Defender a livre manifestação do pensamento, a democratização e a popularização das informações e o aprimoramento de novas técnicas de debates é função obrigatória do profissional de Relações Públicas.
- Artigo 29 - No exercício de Lobby o profissional de Relações Públicas deve se ater às áreas de sua competência, obedecendo às normas que regem as matérias emanadas pelo Congresso Nacional, pelas Assembleias Legislativas Estaduais e pelas Câmaras Municipais.
- Artigo 30 - É vedado ao profissional de Relações Públicas utilizar-se de métodos ou processos escusos, para forçar quem quer que seja a aprovar matéria controversa ou projetos, ações e planejamentos, que favoreçam os seus propósitos. (CONFERP, 1985, p. 6).

Desta forma, pode-se verificar que o Lobby é atividade característica de Relações Públicas, por já estar enquadrada em seu código de ética, porém, é específica de Relações Governamentais que, como já destacamos, a Profissão já apresenta toda estrutura para regulação e atuação profissional.

Uma vez que o Lobby é a principal ferramenta da área de Relações Governamentais, seu principal recurso é a persuasão, que podem ser resumidos em estratégias para práticas democráticas, elas “[...] só existe[m] em democracias. Ou seja, são atividades legítimas, lícitas e necessárias.” (SOUZA, 2011, p.3), não podendo serem confundidas com qualquer prática corruptiva ou de natureza opressora ou de censura:

Como percebe-se, tais ações se mostrarem aparentemente “legais” e necessárias, pois em muitos casos, podem ser uma das saídas para melhor estruturação e contingenciamento das políticas públicas do país, além de desburocratizar as relações público/privadas em que envolvem toda a sociedade.

### **Relações Governamentais**

Atualmente, as relações sociais que envolvem as organizações de caráter público e privado têm evoluído de maneira gradativa e considerável, em se tratando de diálogo entre órgãos governamentais e demais entidades, grupos ou organizações dos diversos setores de atuação.

Em outras definições, as Relações Governamentais apresentam-se como atuante primordial no protagonismo dos processos democráticos, fazendo se ouvir e serem ouvidos nas formulações de políticas públicas e tomadas de decisões nas esferas estatais. “As Relações Governamentais funcionam como o guarda-chuva que abrange o lobby e outras ferramentas de ação para alcançar objetivos junto ao governo, ou seja, para atuar em relações governamentais significa fazer mais do que lobby”. (GALAN, 2012, p.25).



Seu surgimento dá-se certamente a partir das Relações públicas Governamentais que em que Kunsch (2006) faz referência à atuação do “criador” de Relações Públicas, o jornalista norte-americano George Creel, no departamento de Relações públicas governamentais a convite do então Presidente Thomas W. Wilson (1913-1921), tendo compartilhado suas experiências em organizações públicas e privadas com grande êxito.

Sendo assim, o próprio Creel nos leva a refletir que, uma vez atuando em organizações públicas (não governamentais) e privadas, relacionar-se com o governo e o poder público tornar-se há, mais do que necessário para a consolidação das organizações, com especificidade em Relações Governamentais, ou seja, a ação é de fora pra dentro (do governo) e não o contrário, que é o caso de Relações públicas Governamentais.

A profissão de Relações Governamentais nos Estados Unidos, que atende também como *Lobbying* ou *Lobism* (Lobismo), é regulamentada e legalizada há mais de 70 anos, porém ainda sim, houveram casos de abusos e passou por reformulação em 2007, onde foram introduzidas algumas medidas preventivas: “É obrigatória uma quarentena de dois anos para os senadores atuarem como lobistas no congresso, da mesma forma um prazo de um ano para deputados e funcionários do senado.” (MONTESANO, 2019, p.1).

Apesar do tema não ser muito atrativo, juntamente com a escassez de literatura, torna-se evidente a baixa abordagem no cenário público, porém, alguns trabalhos e pesquisas realizados ultimamente indicam a falta de regulamentação, bem como a discussão sobre os projetos que se encontram arquivados, ou seja, fora de tramitação no congresso. As fontes mais atuais mostram que já há uma estrutura de regulamentação para a atuação de profissionais de forma legal e institucionalizada.

De acordo com a Associação Brasileira de Relações Institucionais e Governamentais (ABRIG, 2020), que já atua fortemente na regulação da atividade afirma que “O termo “lobby” está em desuso no mundo. No Brasil, a atividade é oficialmente conhecida como RIG.”, tendo assim, o Lobby como a principal ferramenta estratégica para atuação, sendo que:

Os países que misturaram debate de políticas públicas com “lobby” cometeram um erro. Representantes comerciais, despachantes e advocacia administrativa que se valeram do “lobby” para defender apenas dos seus interesses não podem ser confundidos com profissionais de RIG. Por isso, o termo “lobby” passou a ser mal compreendido pela mídia e sociedade. Em diversos países, inclusive o Brasil, a atividade passou a ser reconhecida como Relações Institucionais e Governamentais (RIG.) (ABRIG, 2020, p.1).

Quanto aos avanços da profissão em termos legais, podemos destacar algumas conquistas obtidas por meio das práticas propostas e parcerias com “profissionais” qualificados e capacitados para atuação:



2016 – Assembleia Geral da Abrig decide, por unanimidade, apoiar o PL 1.202/2007;

2017 – A CCJC da CD aprova o substitutivo ao PL 1.202/07, que regulamenta o lobby ou a atividade dos profissionais de RIG. Em dezembro, o plenário da Câmara aprovou o regime de urgência para a votação da proposta;

2018 – Os profissionais de RIG entram para a CBO (Classificação Brasileira de Ocupações), com 91 competências;

2019 – CGU e Ministério da Justiça anunciam edição de decreto regulamentando o diálogo entre o poder público e privado. (ABRIG, 2020, p.1).

Pode-se verificar então que, a atividade já tem reconhecimento do Ministério da Justiça e trabalho como profissão e classificação da ocupação em pelo menos 91 competências, tendo o *Lobby* como ferramenta de ação, e os grupos de interesse assumindo o protagonismo para a elaboração das políticas públicas e suas demandas, o qual foi abordado no próximo tópico.

### **Grupos de pressão**

Inicialmente, é importante entender a diferença entre grupos de pressão e grupos de interesse, os quais se assemelhem ou são considerados “sinônimos”, pois há uma pequena distinção na prática, uma vez que, o *Lobby* é uma prática exercida por tais grupos.

Os grupos de interesse são formados por pessoas físicas e ou jurídicas, que estão ligados direta ou indiretamente, a partir de determinados propósitos e interesses em comum que diferem dos demais movimentos ou grupos sociais que convergem para diversos propósitos. De acordo com Andrea Oliveira (2004, p.23), são: “representação de interesses perante o Poder Público, ação de pessoas físicas ou jurídicas, de direito público ou privado, diretamente ou por interposta pessoa, que tenha por finalidade provocar, subsidiar, impulsionar ou orientar a ação estatal”.

Estes, não necessariamente atuam com interesse público, muitos desenvolvem ações de sentido solidário e altruísta e outros atuam com interesse privado e velados em suas ações e movimentos, objetivando ou não pleitear direitos ou algo de sentido ideológico.

Já os grupos de pressão, se apresentam de maneira mais formal, agindo de maneira mais planejada e explícita ou, até mesmo, discretamente, dependendo da necessidade ou estratégia definida para alcançar seus objetivos, tendo os representantes do “Poder” público como meio e principal alvo para pleitear seus interesses.

### **Produto experimental em Relações públicas**

A partir dos temas abordados anteriormente, desenvolveu-se um guia explicativo sobre a importância da representação de interesses, as formas de atuação e alguns detalhes e divergências com relação às regularidades de “práticas” de *Lobby* existentes no atual cenário da política nacional. O produto experimental é resultante do trabalho realizado pelo autor principal para finalização do curso de Relações Públicas.

A escolha do guia se justifica por ser um material de fácil acesso ao público, bem como sua divulgação e aceitação nas mídias sociais digitais.

A elaboração digital do produto foi realizada por meio da participação do estudante nos projetos de extensão “RP Comunica” e “Círculo\_ON” e contou com o apoio do “Agência G15” do Unisagrado no projeto gráfico e editoração eletrônica. O público alvo são jovens e adultos, assim como em comunidades e instituições (associações, entidades de classe e organizações sociais) de Bauru e região.

A finalidade do “Guia para Representação de Interesses Lobby” (Figura 1)<sup>5</sup> é desmitificar e sensibilizar a população a respeito do Lobby e a representação de interesse nos termos formais e legal, dado que o material criado é uma iniciativa de utilidade pública.

**Figura 1: Guia para Representação de Interesses Lobby**



Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

<sup>5</sup> O material completo está disponível em:

[https://drive.google.com/file/d/1BAGFTDwpGZJd4WLM0hBW5zvT0f\\_q4Ffv/view](https://drive.google.com/file/d/1BAGFTDwpGZJd4WLM0hBW5zvT0f_q4Ffv/view)

O material apresenta destaques sobre os profissionais prováveis responsáveis pelo exercício do Lobby, algumas atribuições práticas, informações conceituais sobre o *Lobby*, como e por quem é praticado, sua importância e benefícios para o bem comum.

O produto é uma ferramenta importante de comunicação, uma vez que a atividade de Relações Públicas tem por sua natureza a função de transmitir informações e sensibilizar os públicos de interesse. Aborda questões de informação relevantes para a prática do bem comum e contribui para a inserção das comunidades locais às realidades político-sociais e vice e versa.

O conteúdo apresenta-se de forma ilustrada, didática e de fácil entendimento literal, chamando atenção à desmitificação do Lobby e propagação como estratégia fundamental para a ação cidadã. Atenta também às formas legais de participação direta e transparente dos grupos de interesse e movimentos nos processos de tomada de decisão dos agentes estatais.

Após a elaboração do guia, será realizada a veiculação do produto experimental nos perfis digitais do projetos de extensão e dos autores no *Facebook* e *Instagram*, assim como será disponibilizado para algumas comunidades e instituições da região. Essa etapa do trabalho será abordada em outro momento, pois ainda não há dados concretos para analisar a recepção do material. No entanto, é importante salientar que os autores do trabalho irão abordar essa fase do produto em trabalhos posteriores.

A avaliação do guia ocorrerá por meio de análise do engajamento obtido nas redes sociais digitais a partir de comentários, curtidas, compartilhamentos etc. e também será realizada uma enquete para verificar a percepção do público a respeito do tema abordado.

A ação proposta é uma iniciativa de interesse público, uma vez que a função da Comunicação pública é promover a cidadania, bem como questões que buscam o consenso e a coletividade, enquanto as características dos públicos atingidos e identificados nas ações contempladas nos órgãos estatais por informações bilaterais podem servir como retorno, que é função das Relações Públicas Governamentais.

## **Considerações Finais**

Representar interesses e relacionar-se com os poderes constituídos são necessidades de todo o cidadão e de todo grupo social e organizações estabelecidos em uma sociedade democrática. Por isso, este trabalho realizou um estudo teórico-prático sobre a regulamentação da atividade conhecida como *Lobby* e sua influência na atuação dos grupos (interesse/pressão).

Tais procedimentos só foram possíveis através da pesquisa de obras de outros autores e a averiguação da atuação dos protagonistas da atividade, tendo o Estado e a Sociedade civil

como principais atores. Além disso, possibilitou o desenvolvimento do “Guia para Representação de Interesses Lobby” para orientar jovens, adultos e organizações de Bauru e região por canais digitais sobre a temática.

Esse processo evidenciou a necessidade de esclarecer a população de que a representação de interesses e o *Lobby* são matérias extremamente ligadas ao nosso cotidiano, e que a falta delas representa um risco para o cumprimento dos direitos humanos, a justiça, a prática da cidadania e uma ameaça para o avanço da Democracia.

Entretanto, o grande foco permanece direcionado para a “desmitificação” do tema e do termo em si, pois o tema, que envolve “Políticas públicas e Representações sociais”, ainda é muito confundido com o “Tráfego de influências”. Ao mesmo tempo em que o termo *Lobby* é rotulado como “oportunistas e aventureiros” empenhados em alguma “causa”, o que se tornou uma concepção generalizada (mito) sem a devida importância e seriedade apropriadas para a “verdadeira” causa.

Desta forma, considera-se que o profissional de Relações Públicas, em conjunto com profissionais de diversas áreas, podem e devem cooperar para a desmitificação do tema e do termo “*Lobby*”, unindo forças à partir do conhecimento e experiências de profissionais, como a área de Direito (leis), Administração (gestão) e Comunicação, entre outras, buscando a atualização e qualidade na prática da atividade e maior variedade de competência profissional.

## Referências

ABRIG – **Associação Brasileira de Relações Institucionais e Governamentais**. (Brasília – DF, 2020). disponível em <<https://abrig.org.br/regulamentacao>>. Acesso em: 10 mar. 2020.

CAMPOS, Juliana Isac - **Lobby e parlamento** [manuscrito]: estudo de caso da atuação da assessoria de relações governamentais da FIESP no Congresso Nacional brasileiro / SP - 2017.

Conselho federal de Relações Públicas – **Código de Ética dos Profissionais de Relações Públicas**. 1985, p. 6. Disponível em <<https://www.conrepp6.org.br/relacoes-publicas/>> Acesso em: 29 fev. 2020.

FARHAT, Saïd. **Lobby: o que é: como se faz:** ética e transparência na representação junto a governos. São Paulo: Peirópolis, 2007. Copyright © 2020, Gazeta do Povo. Todos os direitos reservados.

GALAN, Gilberto. **Relações Governamentais & Lobby** – Aprendendo a fazer (Associação Brasileira de comunicação empresarial – ABERJE. S. Paulo 2012).

KUNSCH, Margarida Maria K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4.ed. São Paulo: Summus. 2003.

KUNSCH, Waldemar Luiz. De Lee a Bernays, de Lobo a Andrade: a arte e ciência das relações públicas em seu primeiro centenário (1906-2006). Estudos de Jornalismo e Relações Públicas, São Bernardo do Campo, Fajorp-Umesp, a. 4, n. 7, p. 103-115, jun. 2006.

CURTINOVI, Jefferson; LIETKE, Paulo. **Comunicação pública no Brasil:** passado, presente e futuro. Comunicação Pública [Online]. Jun.2016. v.11. n.20. Disponível em: Disponível em <<https://journals.openedition.org/cp/1171>>. Acesso em: 30 set. 2018.

MARTINS, Amanda Araújo. **Desmistificando o Lobby:** atividade, profissão ou tráfico de influências? Universidade do Sagrado Coração (USC) Bauru - SP 2017.

MONTESANO, Neide. 2019 - **A importância das relações governamentais e institucionais**. (Administradores.com, site). disponível em <<https://administradores.com.br/artigos/a-import%C3%A2ncia-das-rela%C3%A7%C3%B5es-governamentais-e-institucionais>>. Acesso em: 09 mar. 2020.

NÓBREGA NETTO, Miguel Gerônimo da. **Lobby e a sua regulamentação no brasil** [manuscrito]: uma análise sistemática sobre as propostas e possibilidades de normatização. 2015. Tese (Mestrado) - Centro De Formação, Treinamento E Aperfeiçoamento Da Câmara Dos Deputados/Cefor, Brasília, 2015.

OLIVEIRA, Andréa. - **Breve histórico sobre o desenvolvimento do lobbying no Brasil** (Revista de Informação Legislativa, Brasília a. 42 n. 168 out./dez. 2005).

PIMENTA. Lidiane Malagone. **Relações Públicas Governamentais:** Novas Tendências para o Relacionamento entre Governo e Cidadãos. Abrapcorp. 2007. Disponível em: [http://www.abrapcorp.org.br/anais2007/trabalhos/gt6/gt6\\_pimenta.pdf](http://www.abrapcorp.org.br/anais2007/trabalhos/gt6/gt6_pimenta.pdf). Acesso em: 15 fev. 2018.

SOUSA, Rose Mara Vidal. (2011) - **Lobby no Brasil regulamentado e a democracia participativa**. Universidade Metodista de São Paulo.

FARHAT, Saïd. **Lobby: o que é: como se faz:** ética e transparência na representação junto a governos. São Paulo: Peirópolis, 2007. Copyright © 2020, Gazeta do Povo. Todos os direitos reservados.



TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

TRINDADE, Ana Carolina; ROSSI, Jéssica de Cássia. **A gestão da reputação corporativa da Petrobras no contexto da crise política brasileira**. Revista Temática. Ano XIII, n. 04. Abril/2017. NAMID/UFPB – Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica>>. Acesso em: 15 fev 2018.