

CORPORATIVISMO: O SUSTENTO DO MONOPÓLIO ATRAVÉS DO “LOBBYING”

SCHONS, Luís Carlos¹
CAVALCANTE, Diogo²

RESUMO:

Conforme a esfera econômica se desenvolve ao passar do tempo, algumas características envolvendo o ramo dos negócios se evidenciam, a dominância e superioridade de empresas em determinadas áreas, que chegam a deter parcelas gigantescas do mercado, estruturando-se um monopólio. Em um modelo corporativista, como o brasileiro, onde a confusão do âmbito político e econômico é mais do que frequente, é inegável a existência de negócios resultantes em vantagem indevida ou que desrespeitam o princípio constitucional da livre concorrência. O “Lobbying”, prática advinda dos Estados Unidos, onde por meio de um representante ou mediador, empresas e marcas apresentam seus interesses ao servidor público respectivo, tendo este, o condão de satisfazer tal ensejo. Embora tal atividade não seja “regulamentada”, também não possui proibição para o seu desempenho, havendo inclusive profissionais tipificados na área. Entretanto, tal prática ocorre no mais alto escalão do ramo dos negócios, de forma que empresas de menor expressividade sequer participem, resultando em uma injusta concorrência para com tais. A partir de tal, a prática do “Lobbying” alavanca e favorece os detentores de maiores parcelas do mercado, e praticamente sabota a concorrência, de maneira que tal monopólio oligárquico se sustente e se perpetue.

PALAVRAS-CHAVE: “Lobbying”, Monopólio e Corporativismo.

CORPORATIVISM: THE SUPPORT OF THE MONOPOLY THROUGH LOBBYING

ABSTRACT:

As the economic sphere develops over time, some characteristics involving the branch of business are evident, the dominance and superiority of companies in certain areas, which come to hold gigantic shares of the market, structuring a monopoly. In a corporatist model, such as the Brazilian one, where confusion in the political and economic sphere is more than frequent, the existence of businesses resulting in undue advantage or that disrespect the constitutional principle of free competition is undeniable. Lobbying, a practice originating in the United States, where, through a representative or mediator, companies and brands present their interests to the respective public servant, who has the power to satisfy such an opportunity. Although such activity is not “regulated”, it is also not prohibited for its performance, and there are even qualified professionals in the area. However, such practice occurs at the highest level of the business, so that less expressive companies do not even participate, resulting in unfair competition with them. From there, the practice of “Lobbying” leverages and favors the holders of larger market shares, and practically sabotages competition, so that this oligarchic monopoly is sustained and perpetuated.

KEY-WORDS: Lobbying, Monopoly and corporativism.

1 INTRODUÇÃO

Após o atentado às torres gêmeas envolvendo o grupo terrorista Al-Qaeda no ano 2001, a segurança dos aeroportos norte-americanos mudou drasticamente, não se permitindo então, que os passageiros levassem consigo materiais inflamáveis ou combustíveis. Desta

¹Qualificação do Autor Principal, seguido de e-mail.

²Qualificação do Orientador, seguido de e-mail.

forma, as empresas de cigarro foram diretamente impactadas, pois quem não possui “fogo”, não fuma. Após contato direto com os representantes governamentais, conseguiu-se então, que fosse alterada tal norma, permitindo que cada passageiro carregasse até um isqueiro ou caixa de fósforos, sendo este, um dos grandes exemplos históricos da atuação e benefícios que tal prática do “*Lobbying*” pode resultar.

O “*Lobbying*” é um processo de representação política, onde através da mediação, grupos expõem seus interesses com a intenção de que ocorram alterações na política pública. Quando se fala de “*Lobbying*”, há de se destacar, que principalmente em nosso país, não se trata de uma prática corriqueira adotada entre todos os empresários ou representantes de marcas, e sim uma prática elitista, que pode trazer benefícios tanto às marcas quanto a população em si, na posição de consumidor final ou público alvo de tais empresas, mas uma vez deturpada, pode operar por meio de tráfico de influência e corrupção.

A prática do “*Lobbying*” vem se expandindo no Brasil, segundo Santos (2014), podendo-se ressaltar a crescente no número de operantes, sendo que em 1983, existiam 47 representantes atuando no congresso, saltando para 179 no ano de 2012, tendo tal número quadruplicado em 30 anos. Pouco se sabe sobre a forma de atuação de tais representantes, sendo inegável seu impacto no atual cenário político e na tomada de decisão de operadores do poder público. De tal forma, é no mínimo imprudente deixar com que uma atividade tão significativa, passe “despercebida”, sendo imprescindível sua regulamentação, ou até mesmo, sua proibição e criminalização, em últimos casos.

Uma vez que tal prática tão impactante em nossa economia, pode ser tão facilmente utilizada em benefício da sociedade ou como *modus operandi* de uma injusta competitividade empresarial, a existência de uma delimitação nas formas de atuação de tais lobistas, é no mínimo o devido respeito à um direito da sociedade como um todo, pois como preconiza a Constituição Federal, a partir do princípio da livre concorrência, a ordem econômica é fundada na livre iniciativa, de forma que grandes empresas detentoras da comunicação com o meio público através do “*Lobbying*”, não estabeleçam um monopólio econômico, construído a partir da ilegalidade.

Tal estudo, trata-se de um ensaio teórico, abordando sucintamente o tema, e possíveis soluções para o problema, bem como seu desdobramento. Dar-se-á seu desenvolvimento por meio de análise crítica de estudos e desenvolvimento de teses, a fim de elucidar o leitor sobre o assunto.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A atividade do “*Lobbying*”, é amplamente difundida em nosso cenário econômico, vastamente utilizada por empresas de “alto escalão”, tendo direto impacto tanto no respectivo setor econômico quanto na realidade do consumidor final, uma vez que este pode se encontrar refém de práticas adotadas por tais empresas, estas que se encontram respaldadas pela normatividade, visto que influenciam imediatamente os responsáveis por sua operação (LABA, 2015).

2.1 LIVRE CONCORRÊNCIA E O FAVORECIMENTO AO MONOPÓLIO DE GRANDES EMPRESAS MEDIANTE O TRÁFICO DE INFLUÊNCIAS.

Conforme preconiza o artigo 170, inciso IV de nossa Constituição Federal, a livre concorrência é um dos princípios de grande importância para que se assegure a existência digna, se observando a justiça social. Tal princípio, tem como objetivo caucionar a ordem econômica baseada na valorização do trabalho justo. Diretamente relacionado com o direito econômico, de maneira a coibir práticas consideradas como desleais, onde uma “grande empresa”, por sua vez detentora de uma maior parcela do mercado, pode-se valer de tal influência para cometer atos que configurem uma “agressão” à ordem econômica.

Pode-se apontar sobre tal prática econômica, que além de retardar o “crescimento” de empresas concorrentes de menor porte, também desfavorecem seu surgimento, de forma que, o atual emprego das práticas “lobistas”, são no mínimo, uma ofensa a tais disposições constitucionais, em discordância também com o inciso IX do mesmo artigo, onde discorre a respeito do “tratamento favorecido” para empresas de pequeno porte que possuam sua sede e administração em território brasileiro.

Ao analisarmos pela ótica da legalidade, podemos colocar sob questionamento se tais princípios vêm sendo empregados corretamente. Tal prática, uma vez não proibida, tampouco regulamentada, por si só, não infringe normas ou princípios positivados em nosso ordenamento, podendo-se dizer que tal consequência é um mero reflexo do liberalismo propiciado pela redação de nossa Carta Magna. Mas em nossa atual situação, estaríamos em pleno gozo de tal igualdade e justiça perante o âmbito econômico? (VENTURIN, 2017).

Usando como exemplo um dos setores econômicos mais desenvolvidos em nosso país, o de bebidas, liderado pela empresa Ambev, que segundo o Bank of America (2021), detém parcela de 60% do mercado de cervejas, variando dentre 56% a 69% durante os anos de 2005 a 2018, tendo inclusive, previsão de crescimento. É inegável a predominância exercida por uma

marca que detém ao menos $\frac{3}{5}$ do mercado interno, tal marca que vêm inclusive abrindo um modelo de negócio de franqueados voltados à venda para o consumidor final, com benefícios e incentivos no custo dos produtos para seus respectivos parceiros. Pergunta-se então, é de fato livre e justa a concorrência exercida por uma marca detentora de uma parcela tão significativa do mercado, perante um empreendedor local que terá de inclusive trabalhar com produtos de propriedade da Ambev, porém, a um custo superior comparado com sua competição, que além de “subsidiada” ainda gera receita de forma a caucionar tal situação?

Como mencionado anteriormente, tal dominância exercida no setor de bebidas por parte da Ambev, pode ser atribuída ao liberalismo econômico, em uma resultante do emprego de alguns princípios como o da livre concorrência por exemplo. Todavia, uma vez que tal multinacional pode se valer de práticas elitistas como o “*Lobbying*”, que opera ainda em forma e em resultados desconhecidos. Conforme a revista Exame (2015), a empresa Ambev foi responsável por uma das dez maiores doações para o financiamento de campanhas políticas nas respectivas eleições, tendo doado o equivalente a R\$ 40.000.000,00 (quarenta milhões de reais), em sua maioria, aos partidos PT, PSDB e PMDB (atual MDB). Questionando-se o real motivo de tais doações, uma vez ser no mínimo contraditório a doação de valores exorbitantes para partidos de ideologias tão distantes, não seriam tais doações fundadas em outras motivações, como o favorecimento pessoal?

De acordo com Janguê Diniz (2017), a linha entre “*Lobbying*” e o tráfico de influência, crime tipificado no artigo 332 do Código Penal, é muito tênue. Aqueles profissionais que de fato exercem o “*Lobbying*”, buscam operar de forma a convencer e influenciar os dirigentes políticos por meio de eventos e reuniões, sem se valer da troca de benefícios. Apesar disso, não seria presunçoso assumir que tal prática, vezes opere por meio de tráfico de influência e de benefícios, incorrendo inclusive na corrupção passiva, descrita no artigo 317 do Código Penal, de forma a ser prejudicial tanto aos respectivos setores econômicos envolvidos, quanto ao meio político, o corrompendo e o acorrentando a certas “dívidas”.

2.2 DAS TENTATIVAS DE REGULAMENTAÇÃO E SUAS CONSEQUÊNCIAS.

A regulamentação do “*Lobbying*” no Brasil não é nada de novo, o primeiro projeto de lei apresentado data antes mesmo do fim da ditadura no Brasil, em 1984, quase 40 anos passados, mais de 15 iniciativas visando tal regulamentação, e ainda nos encontramos em “áreas nebulosas” ao debater tais delimitações para a atuação de tais profissionais, para que, conforme

diz o Presidente Jair Bolsonaro, “tais profissionais não trabalhem mais na penumbra” (PODER, 2021).

No dia 12 de dezembro de 1989, o Senado aprovou e enviou à Câmara dos Deputados o PLS 203/89, apresentado pelo então senador Marco Maciel, projeto que apresentava regulamentações para atuação de tal prática no Congresso Nacional, e ao passar dos anos, foi rediscutido, inclusive recebendo emendas, porém acabou por ser escanteado, assim como o PL 1.202/2007, do deputado Carlos Zarattini. Tais projetos, buscavam por delimitar a atuação de tais profissionais conhecidos como lobistas, para que tal prática, ficasse cada vez mais, desmistificada e plena, concomitantemente com nosso princípio da ordem econômica.

Conforme pesquisa realizada pelo IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) e publicada no livro “PERCEPÇÕES SOBRE A REGULAMENTAÇÃO DO LOBBY NO BRASIL: CONVERGÊNCIAS E DIVERGÊNCIAS”, onde representantes de grupos de interesse, bem como assessores parlamentares de órgãos públicos, apresentam uma tendência majoritariamente favorável quanto a possibilidade de regulamentação ou não do “*Lobbying*” no Brasil.

Perante tais questionamentos, acredita-se também, que a possível regulamentação venha a trazer mais transparência perante tais acordos realizados, assim como impacto positivo nas deturpações ocorridas perante o uso de tráfico de influências e corrupção, além da propiciar maior conhecimento sobre tais atos por parte da população, permitindo maior “*accountability*”, conforme exemplificado pela tabela abaixo:

Questão	Agentes do Estado				Sociedade civil				Goodman-Kruskal
	Discorda	Indiferente	Concorda	Não sabe/não respondeu	Discorda	Indiferente	Concorda	Não sabe/não respondeu	
1. Ao tornar as ações dos grupos de interesses e dos políticos mais claras, permitirá maior transparência do processo decisório.	4,3	0,0	73,9	21,7	10,8	10,8	73,1	5,4	0,035
2. Pode deixar o eleitor e a sociedade mais bem informados sobre os interesses envolvidos nas decisões políticas permitindo maior <i>accountability</i> .	4,3	8,7	69,6	17,4	13,5	8,1	73,0	5,4	0,009
3. Vai diminuir o risco das ações de <i>lobby</i> assumirem a forma degenerada de corrupção e tráfico de influência.	13,0	4,3	60,9	21,7	18,9	13,5	62,3	5,4	0,011
4. Aumenta a informação para todos os grupos, evitando o domínio de interesses específicos e setores mais poderosos.	21,7	8,7	52,2	17,4	13,5	10,8	67,6	8,1	0,012

Fonte: UFMG/Ipea (2013). Obs.: Dados primários coletados em pesquisa de survey. Disponíveis sob consulta aos autores.

Em contraponto a tais benefícios, há quem discuta possibilidades como a de inviabilidade de tal regulamentação, uma vez que os encargos que traria consigo, a respeito de fiscalização com altos custos e poucos resultados perante tais atividades. Assim como existe a

percepção de que tal fiscalização que resultaria de uma possível regulamentação, fere direitos constitucionais como a liberdade de expressão e de associação. Tais pontos, se mostram como uma corrente minoritária perante a significativa maioria de 58,5% que concordam plenamente com a regulamentação, contra apenas 6,2% contrários, vide tabela:

Questão	Agentes do Estado				Sociedade civil				Goodman-Kruskal
	Discorda	Indiferente	Concorda	Não sabe/não respondeu	Discorda	Indiferente	Concorda	Não sabe/não respondeu	
4. Gera a percepção de que só é possível participar através de grupos formalmente constituídos, criando barreiras à entrada para os grupos menos organizados.	43,5	8,7	30,4	17,4	62,2	13,5	18,9	5,4	0,020
5. A regulamentação fortalece os grupos mais poderosos, transformando o Parlamento em um balcão de negócios, distorcendo ainda mais a representação.	43,5	26,1	13,0	17,4	64,9	18,9	10,8	5,4	0,018
6. A atividade deve ser autorregulamentada, pois a regulação por lei fere a liberdade de expressão e de associação.	65,3	8,7	4,3	21,7	48,7	18,9	24,3	8,1	0,062*
7. O custo-benefício para o Estado não compensa: altos custos com fiscalização e pouco resultado em termos políticos.	65,3	8,7	4,3	21,7	64,9	10,8	18,9	5,4	0,023

Fonte: UFMG/Ipea (2013). Nota: * Pvalor $\leq 0,05$. Obs.: Dados primários coletados em pesquisa de survey. Disponíveis sob consulta aos autores

É relevante salientar, que tal pesquisa realizada pelo método de survey, baseou-se em dois grupos, tanto nos representantes de grupos de interesse como assessores parlamentares, ou seja, admite-se que tais grupos distintos possuam opiniões e visões distintas, com tendência ao favorecimento de suas posições. Podemos afirmar, que muitos destes grupos de interesse se beneficiam da ausência de fiscalização, e para que suas transações nebulosas continuem ocorrendo, a inexistência de repressão por parte de órgãos governamentais, é mais que bem vinda.

Proposta	Discordam	Indiferentes	Concordam	Não sabem/não responderam	Total	Polarização
Propostas com ampla concordância						
1. As doações de campanha realizadas pelos grupos de pressão devem ser declaradas e tornadas públicas.	6,1	1,5	78,5	13,9	100	0,14
2. Exige procuração da entidade/órgão para que seus representantes possam exercer suas atividades a fim de que possam atuar regularmente em seu nome.	10,8	4,6	73,9	10,7	100	0,24
3. Obriga o registro dos representantes de grupos de interesses para o acesso ao Congresso Nacional e o exercício de suas atividades.	15,4	1,5	73,8	9,3	100	0,34
4. Os parlamentares e ministros devem disponibilizar suas agendas de compromissos oficiais, contendo eventos, interlocutores e temas.	15,4	6,2	67,6	10,8	100	0,35
5. Veda a concessão de qualquer tipo de remuneração ou vantagem a parlamentares e servidores, incluindo presentes, viagens, refeições etc.	16,9	9,2	61,5	12,4	100	0,39
6. Permite a entidades credenciadas protocolar pareceres, estudos, pesquisas e inclusive sugestões legislativas, com encaminhamento obrigatório pela Mesa.	20	10,8	58,5	10,7	100	0,45

Fonte: UFMG/Ipea (2013). Obs.: Dados primários coletados em pesquisa de survey. Disponíveis sob consulta aos autores.

Na prática do “*Lobbying*” nem sempre o convencimento se dá pelos artefatos “convencionais” de argumentação, o próprio termo por sua origem, pode ser traduzido como comunicação, onde muitas vezes o agente se vale de suas habilidades de interação interpessoal, de forma ao transformar a tomada de decisão em um processo quase afetivo. De tal maneira, gerando tanta preocupação entre os entrevistados, uma vez que se passa a questionar muitas decisões acerca de tais “negociações”, doações de campanha, remunerações ou viagens que frequentemente fazem parte dos acordos celebrados entre os representantes das marcas interessadas e os respectivos servidores públicos, resultando em uma opinião quase que pacífica a respeito, dentre os entrevistados (SANTOS, 2015).

2.3 RENT-SEEKING.

Conforme cunhado por Anne Krueger em 1974, numa economia de mercado mediante tamanhas pressões e restrições sob os empregos das atividades econômicas, grupos emergentes buscando maneiras de adquirir renda tendem a aparecer na sociedade. Perante tantas restrições impostas, algumas possibilidades de rent-seeking (busca de renda) ou “rendas de privilégio”, agindo proporcionalmente ao afunilamento das oportunidades existentes, sendo imprescindível a menção do “*Lobbying*”, onde uma prática totalmente lícita, de maneira deturpada, acaba se tornando fonte de renda para certos grupos que obtêm vantagens ilícitas advindas de negócios nebulosos.

Um grande concerne a respeito da prática de rent-seeking se concretiza perante o “*Lobbying*”, visto esta ser uma tentativa de influência dos agentes públicos de maneira lícita, ou seja, sua operação se dar dentro dos trâmites legais exigíveis mediante negociações entre representantes e operadores públicos (KRUEGER, 1974).

Uma vez identificada tal maneira de renda proveniente das negociações entre as marcas, se torna uma possibilidade de renda mais que viável tal representação “marqueteira”, onde fundamentalmente, seus operadores adquirem vantagem econômica, sem contar benefícios como viagens e permutas advindas de tais negócios (como pacificamente acordado entre os entrevistados), resultando em casos bem sucedidos, em vantagens para marcas de seus respectivos representantes, que na melhor das hipóteses significariam acordos traçados de maneira nebulosa e em discordância da real maneira que tal “*Lobbying*” é defendido e deveria ser aplicado (KRUEGER, 1974).

Há de frisar que o mero investimento de recursos a fim da obtenção de renda não caracteriza necessariamente o rent-seeking. Por exemplo, o investimento de recursos com a

motivação de obter lucro não se classifica como tal. Se uma figura investe na pesquisa da cura para o câncer e patenteia, o próprio indivíduo terá um lucro sobre tal descoberta, mas ainda assim não configura como uma renda de privilégio pelo simples motivo de que estará beneficiando toda uma sociedade com este recurso (KRUEGER, 1974).

Um dos fundadores da Escola da Public Choice, Gordon Tullock (2006), possui uma visão mais restritiva a respeito do rent-seeking que de outros autores. De acordo com sua perspectiva, tal prática é considerada de fato quando empresas e indivíduos usam renda para a realização do “*Lobbying*” governamental, no qual obtém lucro somente para eles, ou seja, não beneficiam nenhum outro grupo.

2.4 DOS PROJETOS DE LEI 1202/2007 E 4391/2021.

O Projeto de Lei nº 1.202, de 2007, proposto pelo Deputado Carlos Zarattini (PT/SP) apresentado no dia 30/05/2007 descreve em sua ementa “disciplina a atividade de “*Lobbying*” e a atuação dos grupos de pressão ou de interesse e assemelhados no âmbito dos órgãos e entidades da Administração Pública Federal, e dá outras providências” (Brasília, Câmara dos Deputados, 2022). O projeto foi negado já na primeira apresentação pela Mesa Diretora, pois foi considerado que contrariava a Constituição Federal, Art. 67, já que o projeto era idêntico ao PL 5470/2005 com autoria do Deputado Ricardo Zarattini (PT/SP).

Art. 67. A matéria constante de projeto de lei rejeitado somente poderá constituir objeto de novo projeto, na mesma sessão legislativa, mediante proposta da maioria absoluta dos membros de qualquer das Casas do Congresso Nacional (BRASIL, CF/88, Art. 67).

Apesar do projeto ter sido devolvido ao ator já no despacho da Mesa Diretora, o Deputado trazia definições relevantes para sua sistemática e foi encaminhado então à análise da Comissão de Trabalho, Administração e Serviço Público (CTASP), e da Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC), nesta parte houveram votos pela aprovação do projeto por unanimidade através da CTASP em 2008. Logo após a primeira aprovação, o projeto chegou às mãos do CCJC e ficou sem movimentação por pouco mais de oito anos. Somente em 2012 a Mesa Diretora deu novo despacho e o projeto se tornou competência do Plenário, e em 2016 ainda sem movimentações relevantes, o autor Deputado Carlos Zarattini juntamente com outros líderes partidários apresentaram um requerimento de urgência no qual tentavam

encaminhar o PL ao Plenário da Câmara, o qual só foi aprovado em 2017 após deliberado pelo CCJC, mas não sem antes sofrer diversas alterações, principalmente pela Deputada Cristiane Brasil, que inovou apresentando um texto que retira a obrigatoriedade de cadastro de agentes de relações institucionais e governamentais (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2007).

Conforme dispõe o quadro que especifica a linha do tempo no site da Câmara Legislativa sobre o PL 1202/2007, o projeto ficou sob competência do Plenário a partir do ano de 2017, sendo que até começo de 2018 as Sessões Deliberativas Ordinárias e Extraordinárias não tinham resultados. Desde então, entre requerimentos, adiamentos e retiradas de ofício, apenas em 2021 o Deputado Carlos Zarattini apresentou um requerimento diretamente à Mesa Diretora onde solicita que seu projeto tramite juntamente com o PL 4391/2021 proposto pelo Poder Executivo com a ementa “dispõe sobre a representação privada de interesses realizada por pessoas naturais ou jurídicas junto a agentes públicos”, justamente por tratarem de matérias correlatadas.

No presente ano, o projeto que regulamenta o “*Lobbying*” foi incluído na lista de prioridades do governo Bolsonaro depois do presidente da Câmara dos Deputados, Arthur Lira, aprovar que o PL 1202/2007 e PL 4391/2021 tramitem em conjunto. Segundo líderes partidários, a expectativa sobre o projeto é de que chegue a um entendimento entre a oposição e base governista para que a redação final da proposta esteja acertada (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2021).

O presidente Jair Bolsonaro falou pela primeira vez em dezembro de 2021, sobre os projetos que regularizam o “*Lobbying*”, mas veio seguido de diversas regras para os profissionais e empresas atuantes. O governo Bolsonaro conta com o apoio do Deputado Arthur Lira, que já deixou muito clara sua opinião sobre o projeto:

Eu defendo que nós deveríamos votar esse projeto para regulamentar de uma vez por todas o lobby no Brasil. Quem defende o interesse de quem, quem é responsável por defender esses interesses. O lobby de funcionários públicos é muito forte, é justo. Mas ele não será maior do que os fatos (LIRA, Arthur apud OLIVEIRA, Wesley. O que diz o projeto que regulamenta o lobby e por que ele é prioritário para o governo. Gazeta do Povo, 2022).

A regulamentação do “*Lobbying*” é uma das exigências na Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), e o ingresso do Brasil nesta organização está na principal agenda de compromissos externos para o governo Bolsonaro, sendo que proporcionaria ao nosso país, uma espécie de “garantia” para investimentos internacionais (OLIVEIRA, 2022).

O PL 4391/2021 prevê normas sobre audiências com lobistas com a obrigação da presença de mais de um agente público no encontro, divulgação de agenda, proibição de recebimento de presentes e a regulação das hipóteses nas quais podem ser recebidos brindes pelo agente público e criação de regras para hospitalidade nos casos em que agente público viaja representando o ente público em evento de particulares, ou seja, a regularização terá um conselho para os chamados lobistas (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2021).

2.5 O “LOBBYING” NOS DIAS DE HOJE.

Em relação aos Estados Unidos, comparativamente, o estado atual da prática do “*Lobbying*” se encontra imensamente atrasado em nosso país, analisando dados recentes do The Washington Post, a “indústria lobista” norte americana, obteve recordes durante a pandemia, arrecadando 3.7 bilhões de dólares durante o ano de 2021. Tal mercado vem se mostrando aquecido em terras de “Tio Sam”, desde que Trump assumiu o poder em 2017. A própria Apple, em 2021 atingiu a marca de 7 milhões de euros “investidos” em tal atividade econômica apenas em solo Europeu, tendo tal investimento aumentado em 700% em relação ao valor gasto em 2014 (CARDOSO, 2022).

Tais dados nos exemplificam, uma crescente tendência mundial perante esta prática, em nossa atualidade tão globalizada, com inúmeras empresas estando presentes em tantos lugares ao redor do mundo, e possuindo cadeias de distribuição à nível global, é de se esperar que existam certos empecilhos, tanto práticos quanto legais, para a instauração de tais empresas. Pode-se citar inúmeros embargos que empresas sofrem ao tentar desbravar um novo território, como por exemplo, a retenção de cargas de produtos da marca Crocs, onde coube à 1ª Turma do Carf (Conselho de Administração de Recursos Fiscais) discutir se tais calçados se enquadrariam sob a nomenclatura de Sapatos impermeáveis ou sandálias de borracha, com parecer divergente pelo dado por auditor fiscal, que induziu a companhia ao erro, sendo posteriormente esclarecido pela receita federal que ambas categorias possuem a mesma taxa de tributação, não sendo tal embargo motivado por esta razão. Evitar tais situações tão banais, é um dos objetivos do desempenho da atividade lobista, estabelecendo canais de conversa mais diretos entre a respectiva marca, e os operadores do poder público (FERNANDES, 2020).

Uma vez comparando nossa realidade brasileira, com outras economias mais desenvolvidas ao redor do mundo, ficam evidentes dois pontos, primeiramente o longo trajeto que ainda há de ser percorrido para que possamos de fato empregar tal prática do “Lobbying” com sucesso, e por segundo, os diversos benefícios que esta atividade pode trazer a nossa

economia emergente, possibilitando tanto estabilidade interna quanto maior confiabilidade e segurança para investimentos externos, conforme avaliado por empresas como a Fitch Ratings, que atualmente classifica o risco de crédito brasileiro como especulativo, mas previsões negativas (VENTURIN, 2017).

Analisando tais crescentes valores investidos no “Lobbying” ao redor do mundo, em locais onde inclusive já se possui regulamentação positivada para tal atividade, conclui-se que a possível regulamentação em nosso país sequer freia o seu desempenho ou afasta possibilidades de acordos ou investimentos externos, inclusive servindo como um demonstrativo de transparência e respeito a princípios da manutenção da ordem econômico, reafirmando a participação brasileira no âmbito do Compliance internacional (VENTURIN, 2017).

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ante o exposto, é inegável a presença do “*Lobbying*” em nossa realidade, se mostrando como uma ferramenta importantíssima de comunicação entre grupos específicos com o poder estatal, tendo tais lobistas, uma ampla gama de atuação em seus portfólios, desde Parlamento ao Poder Executivo, bem como agências reguladoras e afins. Uma tarefa de tamanha relevância em nossa esfera econômica, não se pode passar despercebida, uma vez que, conforme abordado, pode virar mecanismo para aquisição de vantagens indevidas, de modo a sustentar o monopólio de grandes empresas, juntamente com o tráfico de influência empregado para o desempenho de tais funções, por meio disto, se mostrando indispensável sua regulamentação.

Ao passar dos anos, com a crescente da prática do “*Lobbying*”, começou-se a ensaiar projetos para regulamentação de tal atividade, sendo estes escanteados ou improcedentes por vários motivos. Entretanto, percebemos um aumento na preocupação com o seu tratamento, que apesar de até os dias de hoje permanecer sem regulamentação, vem ganhando muito mais relevância e também perdendo aos poucos seu status de atividade “obscura” que um dia teve, possuindo inclusive, projetos com reais possibilidades de aprovação, visto a alta receptividade que tal regulamentação tem tanto entre os populares, como seus respectivos operadores e intermediários. Concomitantemente com a grande aceitação da possível regulamentação do “*Lobbying*”, tal avanço legislativo traria consigo, estabilidade e confiabilidade para a economia interna brasileira, tornando esta, mais receptiva perante investimentos internacionais.

Muitos pontos ainda circundam e afetam a positiva receptividade que o tema “*Lobbying*” deveria ter, uma vez associado com práticas ilegais e nocivas a economia brasileira, outras como uma mera forma de captação de renda por parte de seus operadores. Em concordância com as tendências mundiais, deve o Brasil, estar preparado legislativamente falando, para abarcar tais tendências que o mercado mundial vem apresentando, como de um maior investimento para a prática lobista, que cada vez mais têm se mostrado positivamente impactante nas práticas comerciais, tanto entre empresas nacionais com o governo, quanto perante marcas internacionais.

Há de se enxergar o processo do “*Lobbying*” como progresso, trazendo benefícios com sua regulamentação não somente aos seus praticantes, como também progresso legislativo, visto demonstrar capacidade normativa brasileira em acolher mudanças e alterações

econômicas que afetam o mundo todo, como ao cidadão, visto que tal regulamentação traria mais segurança e transparência na atuação de seus operadores, bem como afastar atuais problemas enfrentados mediante sua prática quase que não supervisionada ou fiscalizada.

REFERÊNCIAS

BOLSONARO diz que regulamentação do lobby está bem avançada. Reportagem por Poder360. [S.I.: s. n], 2021 1 vídeo (33 segundos). Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=DjMmH8wU8Ao>. Acesso em: 12 set. 2021.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [2016]. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em: 09 set. 2021.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 1.202, de 30 de março de 2007**. Disciplina a atividade de “lobby” e a atuação dos grupos de pressão ou de interesse e assemelhados. Distrito Federal: Congresso Nacional, [2007]. Disponível em:

https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=465814&filename=PL+1202/2007. Acesso em: 12 set. 2021.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 203, de 23 de janeiro de 1990**. Dispõe sobre o registro de pessoas físicas ou jurídicas junto as casas do congresso nacional, para os fins que especifica, e da outras providencias. Distrito Federal: Congresso Nacional, [1990]. Disponível em:

<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/1567> . Acesso em: 05 mai. 2022.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 4.391, de 10 de dezembro de 2021**. Dispõe sobre a representação privada de interesses realizada por pessoas naturais ou jurídicas junto a agentes públicos. Distrito Federal: Congresso Nacional, [2021]. Disponível em:

<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2311923&fichaAmigavel=nao>. Acesso em: 07 mai. 2022.

CARDOSO, B. Apple gastou 7€ milhões com lobbying na Europa em 2021.

macmagazine.com.br. Disponível em: <https://macmagazine.com.br/post/2022/04/08/apple-gastou-7e-milhoes-com-lobbying-na-europa-em-2021/>. Acesso em: 07 mai. 2022.

DINIZ, J. Lobby Tráfico de influência. **Unama.br**, Amazônia, jul. 2017. Disponível em:

<https://www.unama.br/noticias/lobby-x-traffic-de-influencia>. Acesso em: 12 set. 2021.

FERNANDES, P. T. O que o Crocs™ tem a dizer sobre a tributação no Brasil?.

reforma.oemp.org.br. Disponível em: <https://reforma.oemp.org.br/archives/artigos/por-que-o-crocs-e-um-simbolo-da-complexidade-tributaria-brasileira>. Acesso em: 07 mai. 2022.

KRUEGER, A. O. **The Political Economy of the Rent-Seeking Society**. p. 291-303.

Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/1808883>. Acesso em: 05 mai. 2022.

LABA, K. L. S. H. C. O lobby no brasil e nos eua: uma análise comparativa entre as propostas brasileiras e a legislação americana. **Unipampa**, p. 4-9. 2015. Disponível em:

<https://dspace.unipampa.edu.br/bitstream/riu/1202/1/Laba,%20Karen%20Louzada.%20O%20lobby%20no%20Brasil%20e%20nos%20EUA%20uma%20an%c3%a1lise%20comparativa%20entre%20as%20propostas%20brasileiras%20e%20a%20legisla%c3%a7%c3%a3o%20am>

[ericana.pdf](#). Acesso em: 10 set. 2021.

O' CONNELL, J; NARAYANSWAMY, A. Lobbying broke all-time mark in 2021 amid flurry of government spending. **washingtonpost.com**, USA. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/business/2022/03/12/lobbying-record-government-spending/>. Acesso em: 07 mai. 2022.

OLIVEIRA, W. O que diz o projeto que regulamenta o lobby e por que ele é prioritário para o governo. **gazetadopovo.com.br**, Brasília. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/república/o-que-preve-o-projeto-de-lei-regulamenta-a-atividade-de-lobby-no-brasil/>. Acesso em: 07 mai. 2022

SANTOS, M. L; CUNHA, L. **Percepções sobre a regulamentação do lobby no Brasil: Convergências e divergências**. p. 30-48. Disponível em: http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/6252/1/td_2141.pdf. Acesso em: 05 mai. 2022.

SENA, V. Heineken e Itaipava crescem e pressionam domínio da Ambev. **exame.com.br**, São Paulo. Disponível em: <https://exame.com/negocios/itaipava-e-heineken-pressionam-ambev/>. Acesso em: 12 set. 2021.

SOUZA, B. Empresas doaram até 66% de seu lucro para políticos **Exame.com.br**, São Paulo. Disponível em: <https://exame.com/brasil/empresas-doaram-ate-60-de-seu-lucro-para-politicos-veja/>. Acesso em: 12 set. 2021.

TULLOCK, G; SELDON, A; BRADY, G. L. **Falhas de governo: uma introdução à teoria da escolha pública**. p. 187. Disponível em: <https://www.institutoliberal.org.br/biblioteca/galeria-de-autores/gordon-tullock/>. Acesso em: 05 mai. 2022.

VENTURIN, E. L. Análise econômica do direito regulatório: a (des)regulação como defesa dos interesses do consumidor. **Repositorio UFSC**, p. 25-27. Abr, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/179918/348337.pdf?sequence=1>. Acesso em: 10 set. 2021.