

Open Dialogues

Actul legislativ și activitatea de lobby - sinteza discuțiilor din data de 15 noiembrie 2006-

În data de 15 noiembrie 2006, **Asociația pentru Inițiative Civice** a organizat ce-a de-a patra dezbateri **Open Dialogues**, din cadrul programului **RoLobby**. Tema abordată a circumscris activitatea de lobby și necesitatea ca aceasta să fie asimilată practicilor de comunicare, alături de advocacy sau relații publice. Câteva premise operaționale au dat tonul dezbaterii moderate de **Sorin Ardelean, vice-președinte A.I.C.:**

1. lobby-ul este o practică de comunicare, curentă în statele democratice care cunosc totodată o diversificare socială din perspectiva intereselor coagulate, dar și o mai mare specializare a centrelor decizionale;
2. deși palierele de definire a termenului de lobby este bogat și intrat cumva în uzul comun, lobby-ul, ca activitate, dar mai ales ca profesie, este încă ambiguu perceput și nestatuit ca domeniu autonom;
3. o perspectivă coerentă și fertilă asupra lobby-ului trebuie să vizeze cu predilecție dimensiunea legitimă, reglementată a acestuia, iar dimensiunea pur etică să fie mai degrabă înlocuită cu cea deontologică.

De unde, totuși, interesul pentru o astfel de temă? Într-o primă instanță, necesitatea de a pune în discuție lobby-ul derivă din însăși modul de structurare a societăților moderne, puternic diversificate și distanțate cumva de centrele de putere. Așadar, însăși specializarea politicului și stratificarea socialului creează nevoia unei relaționări între acestea două, și asta pentru că se impune, pe de o parte, o ancorare a politicului în orizontul de așteptare al grupurilor sociale, la fel cum, pe de altă parte, se impune o participare reală a socialului la actul politic. Lobby-ul s-a născut din medierea dialogului dintre actorii politici și cei sociali, el asumându-și postura de practică de

interval, așa cum, de altfel, îi este și sensul originar.¹ De asemenea, trebuie să recunoaștem că lobby-ul este deja o practică, mai mult sau mai puțin reglementată, care contribuie la crearea unui cadru transparent al actului de putere.

Dezbaterea A.I.C. a reunit reprezentanți ai mediului instituțional- **Ministerul Public, Ministerul Justiției, Ministerul Integrării Europene, Consiliul Legislativ-** și ai mediului de afaceri- **Confederația Patronală a Industriei, Serviciilor și Comerțului, JT International România S.R.L., Orange România-**, precum și membri ai societății civile- **Academia de Advocacy, Institutul Pro, Asociația ProDemocrația, Institutul Republican Internațional, Centrul de Analize Comparative din România.** Dialogul creat a fost unul semnificativ, pentru că el a contribuit atât la clarificarea terminologică a lobby-ului, cât și la argumentarea coerentă a profesionalizării acestei practici publice, de mediere a comunicării între grupurile sociale și cele politice.

Punctul critic al dezbaterii a fost configurat de încadrarea legală a lobby-lui: în ce măsură este necesară o lege a lobby-ului, și nu doar o reglementare a acestuia? Pentru că, așa cum a susținut **Gilda Lazăr, Director Corporate Affairs la JT International România**, cadrul legislativ dispune deja de pârgھیile necesare clarificării activității de lobby, și anume **Legea 544/2001** privitoare la liberul acces la informația de ordin public și **Legea 52/2003** privind transparența actului decizional. Gilda Lazăr a accentuat confuzia de sens creată în jurul noțiunii de lobby, pliată în mod impropriu când pe activitatea de advocacy, când pe cea de trafic de influență. Așadar, lobby-ul nu beneficiază de o încadrare profesională proprie și inteligibilă, ci este mai degrabă perceput ca hibrid între apărarea unui drept/punct de vedere public în fața mecanismului puterii politice-**advocacy-** și utilizarea non-etică, cu rea-credință a influenței în fața clasei politice- **trafic de influență.** De unde, totuși, această ambiguitate semantică a termenului de lobby? Reprezentantul **Direcției Elaborare Legi** din cadrul **Ministerului Justiției, Radu Florin Geamănu** a delimitat lobby-ul de traficul de influență, incriminat în articolul 257 al Codului penal. Așadar, dacă traficul de influență presupune o utilizare a influenței cu rea-credință, influența pe care o articulează lobby-ul este esențială și legitimă. O legiferare coerentă a lobby-lui ar contribui, în esență, la delimitarea practicilor de comunicare și de influențare legitimă de cele incriminate ca fapt penal de legislația românească. Mai mult decât atât, legalizarea lobby-lui ar induce un cod profesional fundamentat pe

¹ Latinescul *lobium* trimite la ideea de interval, pentru că sensul său este acela de alee în incinta unei mănăstiri, de vestibul hol/culoar la care are acces publicul larg.

profesionalism și pe etică, astfel încât regulile de conduită ar fi dublate de un sistem de monitorizare și de sancționare funcțional. Această opinie a fost împărtășită și de **Ana Maria Dobre, consilier la Ministerul Integrării Europene**, care a accentuat importanța unei legi a lobby-ului care să fie funcțională și clar formulată, astfel încât să nu se ajungă la un paralelism legislativ.

Cu alte cuvinte, transparentizarea actului de putere prin flexibilizarea lui implică în mod esențial recunoașterea publică și asimilarea lobby-ului ca practică de comunicare. Dialogul și medierea sunt vitale pentru o participare politică reală și pentru o reprezentare eficientă a socialului în forurile de putere. Întocmai de aceea, reprezentanții **Academiei de Advocacy, Radu Nicoșevici, președinte și Corina Dragomirescu, membru al Consiliului de Conducere** au adus în discuție necesitatea comunicării publice, fie ea realizată prin advocacy sau prin lobby. De asemenea, Radu Nicoșevici a amintit de proiectul de lege privind lobby-ul, inclus în pachetul Anti-corupție, proiect care nu a reușit să fie implementat. Astfel, deși putem vorbi despre un interes real al societății civile și al mediului de afaceri pe această temă, este nevoie și de implicarea politicianului în statuarea și promovarea unei legi a lobby-ului. Lobby-ul trebuie individualizat și profesionalizat, astfel încât confuzia de sens să fie disipată, pentru că lobby-ul nu este o intenție de influențare nelegitimă, ci o activitate comunicativă, care beneficiază de propriile instrumente de expertiză și de funcționalitate. Lobby-ul, corect definit și aplicat, implică o mai mare încredere în actul decizional, pentru că, odată accesul la politic fiind transparent, grupurile sociale devin actori reali și legitimi ai spațiului public.

Așadar, care sunt premisele unei practici de lobby? La această întrebare a răspuns **Dorel Șandor, directorul Centrului de Analize Comparative din România**, care a formulat câteva ipoteze semnificative pentru funcționarea comunicării publice. Astfel, avem nevoie de:

1. recunoaștere și ascultare între grupurile/comunitățile de interese;
2. un mecanism de protejare a bunei-credințe, ceea ce implică un sistem normativ inteligibil și respectat;
3. existența relației de reprezentare între social și politic;
4. transparență la nivel instituțional;
5. recunoașterea inițiativelor, ceea ce presupune renunțarea la cadrul de gândire paternalist;
6. practici și proceduri de comunicare recunoscute și protejate de lege.

Cu alte cuvinte, principiile unei comunicări publice există, la fel cum putem vorbi deja despre o practică comunicativă- ceea ce lipsește este cadrul funcțional, dublat de o investiție legală a lobby-ului. Ambiguitatea creată în jurul noțiunii de lobby, care ține mai mult de percepție, decât de

practică poate fi înlăturată prin delimitarea clară a lobby-ului, ca activitate de promovare a intereselor coezive, de traficul/conflictul de interese. Lobby-ul presupune, în mod structural, influența, dar această influență este folosită legitim și pentru reprezentarea intereselor de grup la nivel politic. O configurare a procesului decizional pe palierul politic demonstrează existența mai multor surse de influență/presiune, de la cele structurale la cele sociale sau mediatice. Mecanismul politic este parte a vieții publice, întocmai de aceea el trebuie relaționat cu celelalte palire-economice, sociale, mediatice- pentru a fi investit cu legitimitate.

Dinamica structurilor sociale și coeziunea acestora pe categorii de interese determină o nevoie de reprezentare a grupurilor economice în sfera decizională; **Mirela Rădulescu, Legal and Tax Manager la Orange România** a susținut importanța reglementării profesiei de lobby, astfel încât marile companii să beneficieze de o justă reprezentare pe palierul politic. Faptul că legislația românească nu vizează lobby-ul îngreunează comunicarea dinspre mediul de afaceri spre politic, astfel încât companiile private sunt nevoite să aloce fonduri mai mari, pentru angajarea unor specialiști pe lobby din străinătate. De asemenea, reprezentanta **Confederației Patronale a Industriei, Serviciilor și Comerțului, Daniela Grigoriu, PR Manager** a adus în discuție necesitatea dialogului între instanțele de putere, dar și necesitatea unei delimitări clare, fără echivoc a domeniilor comunicative. Prezent la dezbateri, **deputatul Dragoș Dumitriu**, a susținut importanța unei practici profesionale de lobby, astfel încât drepturile și interesele legitime să fie eficient transmise centrelor de decizie politică.

Dincolo, însă, de beneficiile profesionalizării lobby-ului pe plan intern, acesta are o contribuție semnificativă pe planul integrării europene. Nu este un secret faptul că deciziile politice, la nivelul Uniunii Europene, se iau prin negociere, de unde derivă importanța ca România să fie reprezentată oficial, prin grupuri de lobbyști care să promoveze interesele locale. Lobby-ul nu este o practică subsidiară, ci chiar un actor semnificativ al jocurilor de putere, care traspune interesele sociale în limbaj politic și deciziile politice în asimilări sociale.

Opiniile tuturor participanților au articulat o perspectivă finală comună, în speță aceea că reglementarea corectă, fără echivoc a profesiei de lobby, este esențială pentru relația dintre decidenți- fie ei la nivel executiv sau legislativ- și societatea civilă. Așadar, recunoașterea publică și, mai ales, profesionalizarea activității de lobby înseamnă transparență, responsabilitate civică și participare politică. Pentru că, așa cum deciziile politice trebuie diseminate pe palierul social, la fel și opțiunile/interesele/practicile grupurilor sociale trebuie să fie reprezentate în mecanismul puterii.

Așadar, cât de pertinent este să vorbești despre o lege a lobby-ului? Răspunsul este dat chiar de practica diverselor structuri sociale, care au nevoie de o participare reală la actul decizional, astfel încât întreg sistemul public să poată funcționa.