

LOBBY NO BRASIL: REGULAMENTAÇÃO E MANUTENÇÃO DO *STATUS QUO*

Patricia Maragoni Machado de Almeida – Universidade Federal Fluminense (UFF) –

patriciamaragoni@id.uff.br

Márcio Moutinho Abdalla – Universidade Federal Fluminense (UFF) –

marciomabdalla@gmail.com

Resumo: A estratégia de *lobby*, caracterizada por pressão que entes privados, defendendo seus respectivos interesses, exercem em direção ao poder público, compõe o exercício da Atividade Política Corporativa (APC). Observa-se no Brasil, desde 1984, tentativas malsucedidas de regulamentação do *lobby*. Com isto, o ambiente em que se dão as relações se torna menos transparente e sensível nas esferas ética, política e empresarial. Assim, o objetivo deste trabalho é discutir o processo de regulamentação do *lobby* no Brasil, por meio do Projeto de Lei (PL) n°. 1202, de 2007, à luz da Análise Crítica do Discurso. Como principais resultados da discussão, ressaltamos que não regulamentar o *lobby* é um problema, pois mantém-se o *status quo*. E regulamentar, da forma proposta, trará novos problemas, na medida que se mantém o *status quo* de dominação da elite político-empresarial, em detrimento da sociedade, contudo, sob nova roupagem, de exposição e fragilização do agente público.

Palavras-Chave: Regulamentação. Atividade Política Corporativa. *Lobby*.

1. Introdução

O estudo da Atividade Política Corporativa (doravante APC) toma como base uma visão estratégica não tradicional, voltada principalmente para o ambiente de não-mercado. Observa-se ações e interesses de *players* como poder público e mídia, por exemplo, e como estes podem afetar a atividade empresarial. A estratégia de *lobby*, ainda não regulamentada no Brasil, compõe o exercício da APC (Baron, 1995; Doh et al., 2012). A não regulamentação da atividade de *lobby* condiciona que haja um ambiente de relações institucionais e governamentais fragilizada, vulnerável aos assédios empresariais, presença de relações assimétricas de poder e exposição a processos que visam persuadir atores públicos que compõem entidades regulatórias (Gordon et al., 2007; Holburn & Vanden Bergh, 2014; Kingsley & Vanden Bergh, 2015).

Como o *lobby* perpassa por diferentes tipos de estratégia política, comumente combinado às doações para campanhas políticas e ao *revolving door* (“porta giratória”, em tradução livre - consiste no movimento de migração de políticos para a indústria de *lobby*, sobretudo por terem acesso facilitado aos políticos e tomadores de decisão em atividade), é exercido com a clara intenção de cooptação de um ator ou de um conjunto de atores. Soma-se a este contexto a problemática em que habita a não regulamentação, como no caso do Brasil, em que muitas das vezes o resultado da atividade é o atendimento de interesses privados e de ações de corrupção (Costa & Abdalla, 2019; Lord, 2000; Simoni, 2018; Vidal et al., 2012).

O registro da primeira proposta de regulamentação acerca da atividade de *lobby* no Brasil é datado de 21/03/1984, por meio Projeto de Lei do Senado n°25 do então Senador Marco Maciel, constando em sua ementa que “dispõe sobre o registro de pessoas físicas ou jurídicas junto as Casas do Congresso Nacional, para os fins que especifica, e dá outras providências.” Com tramitação encerrada, a proposta foi arquivada em 05/12/1987 (Brasil, 2019b). Tal proposta foi redigida com aproximações à Lei Federal de Regulamentação de

Lobby, que desde 1946 vigora nos Estados Unidos e consta que lobistas devem se registrar no Senado e criar documentos públicos por meio de relatórios trimestrais que discriminem suas ações (Pigott & Williamson, 1979). Entretanto, diferentemente do que se observa na realidade estadunidense, no Brasil o *lobby* direcionado ao poder legislativo não está restrito à atuação do setor privado; há o *lobby* exercido por atores do setor público e com alvo no próprio setor público (Rodrigues, 1996).

Em 1985, a Câmara dos Deputados recebeu sua primeira proposta, a segunda do país, com o Projeto de Resolução (PRC) 337/1985 de autoria do deputado Francisco Dias. A ementa e dados complementares do PRC informam que ele “dá nova redação ao artigo 60 do Regimento Interno, incluindo entre os beneficiários pelo credenciamento, como grupo de pressão ou *lobby*, os órgãos de representação dos funcionários públicos e as entidades sindicais de primeiro grau”. A proposta foi arquivada em 01/02/1987 (Brasil, 2019a). Observa-se que desde então tentativas de regulamentação da atividade e discussões sobre o tema cresceram significativamente. Uma busca da palavra “*lobby*” em “propostas legislativas” na página da Câmara dos Deputados, refinada pelo tipo de proposta para “projeto de lei”, retorna 38 resultados, dos quais sete tratam da regulamentação do *lobby*. Na página do Senado, a busca por “*lobby*” em “projetos e matérias – proposições”, refinada por “projeto de lei do senado”, traz três resultados. Soma-se a isso, o fato de muitas tratativas contemporâneas denominarem de Relações Institucionais e de Relações Governamentais as atividades de *lobby*, no intuito de darem nova roupagem à mesma, desassociando-a de atos ilícitos. Dessa forma, observa-se que ao longo destes 36 anos, o *lobby* permanece sem positividade e, diante do exposto, surge a seguinte questão problema: quais possíveis impactos para o exercício da Atividade Política Corporativa podem ser gerados com a regulamentação da atividade de *lobby* no Brasil?

O presente estudo possui como objetivo principal discutir o processo de regulamentação do *lobby* no Brasil, por meio do Projeto de Lei (PL) nº. 1202, de 2007, à luz da Análise Crítica do Discurso, delimitando-se a desenvolver levantamento bibliográfico e documental, com base na produção teórica da Administração Estratégica sobre Não-mercado, em especial acerca da Atividade Política Corporativa. A justificativa para escolha do PL 1202/2007, junto de seu apenso PL 1961/2015, ser o cerne da discussão proposta neste trabalho é em razão de o PL 1202/2007, ainda que não seja o mais recente, é o único que está em tramitação no Congresso Nacional, o qual a ementa versa especificamente sobre a regulamentação da atividade de *lobby*.

O trabalho é relevante pois a estratégia política de influência no âmbito intergovernamental e entre governo e outros atores não estatais têm sido agenda de constante debate e, em razão das transformações de conjunturas políticas e os novos elementos de informação e comunicação no país. Chama-se também especial atenção para o papel do Estado, não apenas no Brasil, mas também no mundo, após o desencadear da pandemia do COVID-19, jogando por terra, a lógica de Estado Mínimo (Nunes, 2020). Assim, havendo a regulamentação da atividade de *lobby*, o ambiente estratégico estará marcado por distinta realidade e com isso, novas implicações acerca da prática.

2. *Lobby* e Estratégias de Não-mercado: breve debate

Sob uma perspectiva crítica, a estratégia pode ser vista em uma linhagem de processo organizacional, com resultados políticos dentro e fora da organização, com impactos em setores da sociedade como um todo. Por conta de relações assimétricas de poder, a estratégia e

sua gestão se tornam, na prática, canalizadas e direcionadas por discursos ideológicos, os quais são inflamados por *players* influentes e poderosos, que pretendem se propagar nessa posição ou então que buscam alcançá-la (Levy et al., 2003). Assim, estes *players* se valem da “grande estratégia”, tal como apontada por Whittington (2012), a qual refere-se aos impactos e propósitos que transcendem os limites financeiros da organização e como esta se esforça para ampliar áreas de agenda e de atuação. Dentre as concentrações da “grande estratégia” atenta-se, por exemplo, para a agenda de políticas públicas.

Com isto, observa-se que o mercado e as relações que o permeiam vão além das negociações financeiras, compreendendo uma gama atores e entes diversos. Há um grande pano de fundo que envolve todas as organizações e instituições, sem exceção, sejam elas empresas, sociedades sem fins lucrativos ou órgãos públicos, por exemplo. Este ambiente, que é palco de diversos interesses, questões e negociações é chamado de ambiente de não-mercado (Bach & Allen, 2010; Baron, 1995). Toda empresa está envolta pelo ambiente de não-mercado. Instituições públicas, governos, igrejas, ativistas, além de diversos outros atores, habitam neste ambiente de fronteiras plásticas. Para além do seu papel de atores econômicos, é importante que empresas e organizações, de um modo geral, reconheçam que também têm atuação por meio de papel social e político (Bach & Allen, 2010).

Baron (1995) aponta como objetivo de estratégia de não-mercado a melhora da empresa de maneira geral, não apenas de seu desempenho econômico. Assim, deve haver integração entre as estratégias de mercado e de não-mercado para que haja sucesso na execução da estratégia como um todo, uma vez que as estratégias de não-mercado são como pontos que conectam i) interesses empresariais, ii) as regras e regulamentações vigentes no mercado e iii) o processo que define a regulação destas (Baron, 1995, 1997, 1999). Além disto, como arranjos sociais, políticos e legais balizam este ambiente, estratégias de não-mercado são usadas como meios de salvaguardar resultados econômicos atuais e aqueles objetivados pela empresa no futuro (Baron, 1995; Holburn & Vanden Bergh, 2014).

O ambiente de não-mercado tem delineamento mais amplo do que o mercadológico e composição plural de atores, não sendo delimitado por fronteiras fortemente demarcadas, em especial pela presença de atores que, por vezes, têm papel duplo, com interesses tanto mercadológicos quanto não-mercadológicos (Liedong et al., 2015). Com isto, Bach & Allen (2010) apontam que a estratégia de não-mercado tem dois princípios básicos, os quais são os reconhecimentos de que: i) as questões e os atores de não-mercado impactam os resultados empresariais; e que ii) tais questões e atores podem ser gerenciados pela organização, de forma, por exemplo, a modificar um problema e torna-lo oportunidade.

As estratégias no ambiente de não-mercado então voltam-se às ações que lidam com questões institucionais como, por exemplo, formas de criar coalizações junto a grupos empresariais, o exercício de pressão sobre autoridades políticas e participação em campanhas eleitorais, por meio de doações e financiamentos (Baron, 1999; Doh et al., 2012). As contribuições para campanhas eleitorais tendem a ser feitas para campanhas daqueles políticos com atuação no segmento empresarial do doador, sendo contribuições motivadas por razões econômicas para benefícios futuros (Ovtchinnikov & Pantaleoni, 2012).

Visando os objetivos de estratégias de não-mercado, as estratégias são usadas em combinações por meio das quais entes, como empresas, buscam atingir o maior sucesso possível, de forma que no ambiente de não-mercado, há atuação estratégica por meio de APC, com relações entre empresa, ou empresas, e poder público, em variadas esferas (Costa & Abdalla, 2019). Nestas relações, as empresas respondem às decisões tomadas pelo governo

com adaptação de suas estratégias e também agem de forma a procurar influenciar políticas públicas e criar novas demandas (Shaffer, 1995).

Ainda assim, o ambiente de não-mercado é um assunto, em certa medida, escasso em Administração Estratégica, tendo inclusive, sua legitimidade discutida como campo acadêmico (Schuler et al., 2019). As questões em torno da pesquisa acadêmica sobre o ambiente de não-mercado são, em sua maioria, por conta da relação do não-mercado com as economias emergentes, uma vez que nestas ele baliza fortemente as dinâmicas entre as instituições e o poder público, e assim, exemplos práticos podem ser observados com maior facilidade (Faria & Abdalla, 2014; Somers & Block, 2005). Além disto, o estudo das relações no ambiente de não-mercado envolve aspectos discutíveis e questionáveis, como abordados pela esfera ética (Lawton et al., 2013; Partyka et al., 2019).

Apesar de tal escassez, vale ressaltar a relevância de estudos nesta área publicados no Brasil recentemente, a exemplo de (i) como estratégias empresariais de cunho neoliberal se combinaram à estratégias mercadológicas no processo de privatização de uma siderúrgica (Silva & Abdalla, 2020); (ii) de *fintechs* buscando penetrar no mercado brasileiro por meio de ações junto ao Sistema Financeiro Nacional (Partyka et al., 2020); e (iii) de interfaces da Responsabilidade Social Corporativa com a Atividade Política Corporativa e os impactos sobre o investimento em *lobbying* (Ohashi, 2020). Além destas, destacam-se estudos internacionais em Administração Estratégica sobre o ambiente de não-mercado, que foram publicados na obra organizada por Shirodkar, Strange e McGuire (2020), a exemplo (i) das dualidades institucionais e *lobby* em subsidiárias de empresas internacionais (Sallai, 2020); (ii) e sobre corporações multinacionais e seus desafios para legitimação ao serem vistas como atores políticos diante da ascensão da sociedade civil (Richter, 2020).

2.1 Aspectos da Atividade Política Corporativa

A teoria acerca da APC trata da relação entre negócios e governos, com foco nos interesses e atividades que corporações e associações comerciais exercem nos processos legislativos e regulatórios (Shaffer, 1995). É comum que o comportamento político corporativo seja usado para que o poder exercido pelo governo condicione o avanço de interesses de fins privados (Hillman & Hitt, 1999). Por meio do comportamento político, as empresas podem potencialmente aumentar o tamanho de seu mercado; receber vantagem sobre concorrentes, consequentemente reduzindo ameaças de substitutos e novos entrantes; e também incrementar seu poder de barganha com fornecedores e com clientes (Hillman & Hitt, 1999; Hillman et al., 2004).

Na história da APC, em especial nos Estados Unidos, com destaque para os anos de 1960 e 1970, as corporações americanas foram construindo um caminho para si, por meio de uma rede de relacionamentos, que potencializava sua atuação junto ao poder público e assim era capaz de esconder a influência real que a corporação exercia na política, especialmente a dimensão de tal influência dentro do congresso (Barley, 2010). Para atingir determinados fins que almejam, empresas exercem influência sobre o poder público de diversas maneiras, criando coalizões junto a outras empresas, parcerias informais e exercendo pressão sobre autoridades da esfera pública. Como resultado disto, tem-se comumente governos adotando medidas que interferem na legislação, o que converge com os interesses empresariais. Empresas exercem, então, influência sobre o poder público, e por ele também são influenciadas. É interessante destacar que nesta relação empresa-governo-empresa as forças são assimétricas (Baron, 1999; Costa & Abdalla, 2019; Hillman et al., 2004).

Barley (2010) delineou o campo institucional de influência da política corporativa, baseando-se na lógica de operação estadunidense, e assim mapeou diversos entes, meios e alvos. Os meios apontados pelo autor foram financiamento, contratação, *lobby*, testemunho, ação pessoal e voto. Corporações, relações públicas, lobistas profissionais e comitês de ação política corporativa são os principais entes que exercem *lobby* com alvo no congresso e na administração pública.

Dado o campo institucional que ocorre a influência para APC, Baron (1995) ressalta que a grande importância da estratégia de não-mercado, e possivelmente a maior, é exercer o controle de oportunidades, as quais estariam marcadas por dois extremos – de um lado o governo e do outro a empresa. Assim, no exercício da APC, quanto mais a empresa consegue se aproximar do poder público e ganhar poder de barganha e influência sobre ele, torna-se cada vez mais possível assumir maior parcela de controle de oportunidades. É importante que se veja as organizações como entes que vão moldar as sociedades em que estão inseridas e que por elas serão moldadas. Organizações têm poder e força, em diversos níveis e graus, de moldar seu ambiente (Barley, 2010).

Há inclusive situações em que a estratégia de não-mercado pode se materializar como uma condição necessária para sucesso da estratégia mercadológica, pois o não-mercado é uma dimensão competitiva para os agentes que nele operam (Baron, 1997; Shaffer et al., 2000). Além disto, quanto mais integrada estiver a estratégia mercadológica com a dimensão política, menores tendem a ser os riscos corporativos, aproximando a empresa da arena de políticas públicas. Além disso, com esta integração as assimetrias de informações tendem a ser menos acentuadas, dadas as aproximações (Hadani, 2012; Lord, 2003; Simoni, 2018).

O *lobby* traduz-se em uma estratégia usada na ação de Atividade Política Corporativa, aliado muitas das vezes à doações para campanhas políticas e ao *revolving door*. No Brasil, em 2017, houve a criação do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC), por meio da Lei 13487/2017, que só permite doações realizadas por pessoas físicas e também extingue a veiculação da propaganda partidária em rádio e televisão (Brasil, 2017). Já a metáfora do *revolving door* refere-se a transição de papéis que um agente participante do processo decisório e/ou regulatório de políticas públicas passa a assumir no setor privado, como quando um ex-senador ou ex-ministro, por exemplo, passa a atuar no mercado como um consultor em área relacionada à temática em que operava no setor público (Gama & Lana, 2020; Monteiro, 2007; Vidal et al., 2012)

É válido ainda pontuar que não apenas a empresa depende do governo, como este também tem dependências atreladas às empresas. De acordo com Shaffer (1995), em uma economia voltada ao mercado, para que o governo implemente suas estratégias econômicas e atinja metas como sobre o crescimento da renda nacional, ele conta com o setor empresarial.

2.2 O Lobby e o Projeto de Lei Nº. 1202 de 2007: disciplina Acerca da Atividade

Na página eletrônica da Câmara dos Deputados, *lobby* é definido como “atividade que procura influenciar os detentores de poder decisório visando o atendimento de interesses específicos de grupos” (Brasil, 2019a). O termo *lobby* tem sua origem na Inglaterra do século XVII, em referência ao salão da Câmara britânica, onde políticos eram abordados por particulares que iam ao local para barganhar pela defesa de seus interesses (Baumgartner & Leech, 1998).

O *lobby* em si não é uma atividade ilegal, porém sua disfunção pode resultar em atividade ilegal. Graziano (1997) usa Washington como exemplo para explicar que o *lobby*

não é uma anarquia corrupta degenerada. Os motivos pelos quais se faz *lobby* têm origem em atores pontualmente claros. O autor diz que o *lobby* e a corrupção têm naturezas excludentes, e assim expõe que não há compensação em fazer *lobby* quando o caminho para a corrupção está aberto, uma vez que ele demanda de grandes esforços e custos e o resultado não é garantido.

Outros fatores apontados por Graziano (1997) são os dispositivos constitucionais e a regulamentação legal, por disciplinarem a atividade e lançarem luz sob os interesses e envolvidos na relação. Há também os mecanismos de regulação social, comumente caracterizados por organizações as quais os lobistas fazem parte e a instituição de códigos de conduta. Schuler, Rehbein, & Cramer (2002) indicaram através de seus estudos que o *lobby* costuma ser usado, juntamente a contribuições financeiras em campanhas políticas, para alcançar e manter a proximidade com formuladores e futuros formuladores de políticas, a fim de garantir acesso que condicione exercício de influência política.

É válido destacar que o exercício do *lobby* não se resume apenas em fazer pressão nos alvos, ele é um longo processo marcado por pesquisas, organização de informação, contatos com atores e outras tantas atividades que demandam conhecimento e cuidado na escolha dos passos a serem dados (Graziano, 1997).

O modelo integrador sobre desempenho de estratégia de não-mercado elaborado por (Mellahi et al., 2016) coloca o *lobby* como um mecanismo de *buffer*, categorizado como de mediação. Com isto, refere-se ao *lobby* como amortecedor, uma segurança que a empresa teria e dela lançaria mão para proteção contra intervenções malquistas de cunho político.

Desde 1984, observam-se no Brasil tentativas, diretas e indiretas, de regulamentação da atividade de *lobby*. Quando um projeto de lei é proposto visa a criação de uma norma, e necessita ser debatido e aprovado na Câmara e no Senado e posteriormente enviado ao Presidente da República para ser ou não sancionado, como é o caso do PL 1202/2007 (Brasil, 2019a, 2019b). Um projeto de lei apresentado na Câmara deve passar por comissões temáticas que julgarão seu mérito. O PL 1202/2007 passou pela CTASP (Comissão de Trabalho, de Administração e Serviço Público) e após ser aprovado nesta instância, foi encaminhado para a CCJC (Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania), para análise de constitucionalidade.

Na CCJC, o PL recebeu parecer pela aprovação com substitutivo. Posteriormente, a CCJC emitiu outros três pareceres pela aprovação substitutivo, sendo o último deles em 2016 “pela constitucionalidade, juridicidade e técnica legislativa; e, no mérito, pela aprovação na forma da Subemenda Substitutiva Global de Plenário apresentada”. Assim, no caso de apreciação no congresso e subsequente aprovação, esta ocorrerá a partir do substitutivo proposto. Em 17/06/2015, no decorrer do processo de tramitação do PL 1202/2007, foi proposto pelo deputado Rogério Rosso (PSD-DF), o PL 1961, também acerca da disciplina do *lobby*. No dia 30 daquele mês, o PL 1961/2015 foi apensado ao PL 1202/2007. A apensação ocorre quando a Câmara recebe uma proposição a respeito de um assunto que já está sendo tratado em outra proposta na Casa.

3. Decisões Metodológicas

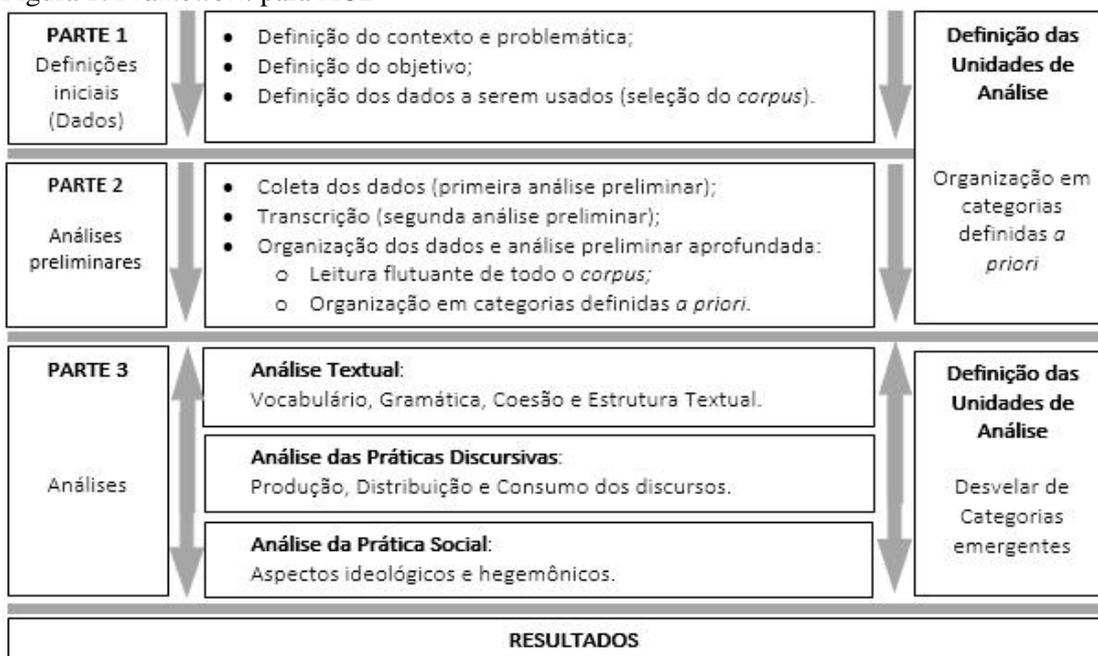
Para o desenvolvimento desta pesquisa, optamos pela abordagem interpretativa, sobretudo pela necessidade de melhor compreender as nuances do processo de regulamentação do *lobby* no Brasil e de seu sensível contexto. Nesses termos, fizemos uso de dados secundários, já que o *corpus* de análise escolhido foi o PL 1202/2007 e seu apenso, PL

1961/2015, pois, ainda que o PL em questão não seja o mais recente, ele o é único projeto de lei que atualmente encontra-se em tramitação no Congresso Nacional com a ementa tratando especificamente sobre a regulamentação da atividade de *lobby*.

Como aparato analítico, para melhor compreensão e análise do objeto proposto no presente trabalho, optamos pela abordagem de Análise Crítica do Discurso (ACD), com base nos estudos de Norman Fairclough, nos quais o autor considera a ACD como abordagem teórico-metodológica. O discurso perpassa por todas as dimensões de estrutura social e, assim, está intimamente ligado com a forma que diversos aspectos da vida social são apoiados, condenados e reproduzidos, por exemplo (Fairclough, 2001). O discurso é distribuído e consumido, e se caracteriza também como prática, como troca constante com o meio em que se insere, sendo construído e desconstruído continuamente conforme sua reprodução ou não reprodução (Fairclough, 2001). A análise crítica do discurso considera as dimensões de prática discursiva e prática textual, ao tomar como ponto de partida que há sempre uma intencionalidade, explícita ou mascarada, impregnada às produções discursivas (Silva & Gonçalves, 2017).

Essa suposta intencionalidade nos direcionou à escolha da abordagem teórico-metodológica como pano de fundo analítico, para que fosse possível identificar na redação do projeto de lei sobre regulamentação do *lobby* e no percurso por ele até aqui percorrido, quais intencionalidades impulsionam a regulamentação na forma proposta e as possíveis consequências em decorrência das mesmas. Dessa forma, como o material de análise partiu de fonte documental, utilizamos, em especial, a terceira parte do *framework* para Análise Crítica do Discurso proposto por Abdalla & Altaf (p. 40, 2018), em que considera-se: i) análise textual, ii) análise da prática discursiva; e iii) análise da prática social. Tais níveis não são hierárquicos, e se complementam, integrando a análise tridimensional de Fairclough, por esta razão, não adotamos uma análise “engessada” e hierárquica, mas integrada, com idas e vindas em cada dimensão de análise.

Figura 1. *Framework* para ACD



Fonte: Abdalla & Altaf (p. 40, 2018)

Seguindo-se tais etapas, como são três redações em questão neste estudo – a proposição redigida em 2007, o apenso e o substitutivo – os progressos e/ou regressos neste complexo caminho, de curtos passos, em que reside a discussão acerca da regulamentação da atividade de *lobby* há anos, puderam ser melhor compreendidos a partir da análise crítica do discurso. Também foi possível compreender que interesses estão passíveis de legitimação neste processo.

4. Síntese das Análises e Resultados

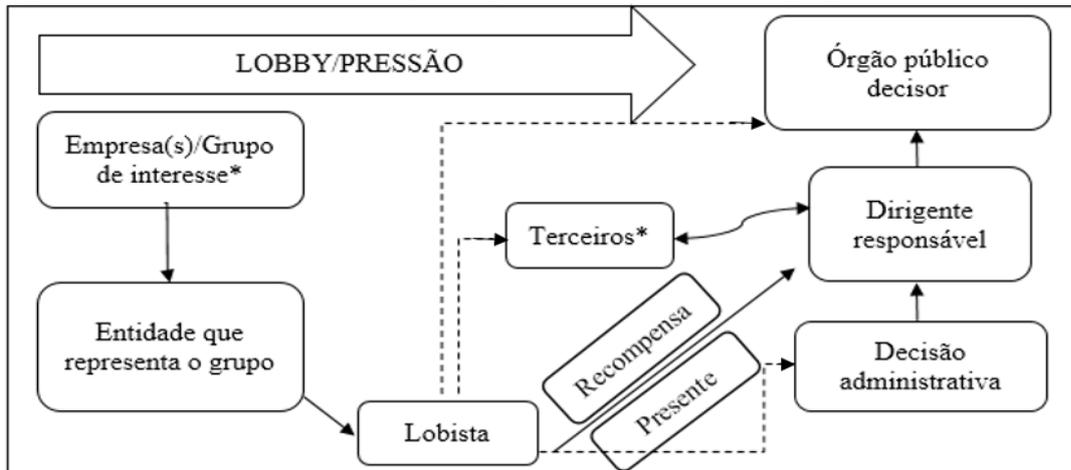
Um dos tópicos que costuma chamar atenção em um Projeto de Lei é sua própria ementa, que tem por propósito apresentar ao leitor, de forma sintética, o objetivo do documento. O PL 1202/2007, posição legislativa que apresenta em sua matéria projeto para regulamentação da atividade de *lobby* no Brasil, tanto em sua ementa como em seu art. 1º, é bastante direto e específico sobre disciplinar a atividade de *lobby* e atuação de grupos de pressão ou de interesse e, logo adiante apresenta um aspecto abrangente, ao se referir a “assemelhados”. No entanto, nenhuma parte do documento ocupa-se em definir, “quem” seriam ou poderiam ser tais assemelhados.

“Disciplina a atividade de ‘lobby’ 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”. (Ementa do PL 1202/2007)

O termo “assemelhado”, o qual pode funcionar tanto como substantivo, quanto como adjetivo, é de significados bastante amplos. A forma sobre como definir o grau de semelhança para caracterizar o assemelhado e enquadrá-lo nos termos propostos no projeto de lei não é clara. Há aqui possibilidades para casos em que não se assume explicitamente prática do *lobby*, e faz-se a mesma à margem do controle legal, sem considerá-la como ação assemelhada. Já no início do texto é possível, então, notar que mesmo sendo anunciado como um projeto pontual, a lacuna para interpretações diversas encontra-se presente. Em seguida, no art. 2º, o projeto trata de oito conceitos para os fins da lei, e baseando-se neles, foi elaborada a figura 1, para ilustrar como funcionaria o *lobby* segundo o PL. Os itens com asterisco (*) não estão entre os conceitos trazidos no art. 2º, mas de alguma forma, foram tratados na proposição e, por esta razão, foram acrescentados na figura como forma de permitir melhor compreensão da atividade.

Assim, de acordo com o que se pode observar, o *lobby* consiste no esforço em direção a determinado órgão público com poder de decisão, podendo se estender aos que com este possuem alguma relação, como representado pelas setas de linha tracejadas. O *lobby* seria exercido explicitamente pela figura do lobista, o qual estaria a serviço de uma entidade que representa empresas e/ou grupos de interesse. Para realizar seu trabalho, o lobista teria garantida a possibilidade de oferecer presentes e recompensar em tentativas de convencimento e persuasão. Com a ilustração é possível observar a atuação de forças assimétricas e de mensuração não explícita, e que há na relação entre agentes privados e poder público (Costa & Abdalla, 2019; Hillman et al., 2004; Levy et al., 2003).

Figura 2. Como funcionaria o *lobby* se regulamentado conforme a proposta.



Fonte: Elaboração própria com base no PL 1202/2007

Conforme a proposta, tanto a recompensa, quanto o bem, são extensivos à família do agente público. A recompensa é dada em espécie ou em forma de bem, e o presente pode ser um bem ou serviço. Ambos residem em benefícios claros, podendo caracterizar-se em uma compra autorizada e legalizada do agente público e seus entes. É preocupante notar uma questão séria e delicada como a regulamentação do *lobby* no Brasil ter, em sua proposição, um caminho capaz de tornar vulnerável o agente público, fazendo deste um possível refém de tentativas de suborno. O comportamento político das empresas por meio da atuação do lobista geraria assim, impactos também no meio social e familiar do agente público (Levy et al., 2003; Whittington, 2012). Além do mais, da forma como se propõe presentes e recompensas, aumenta-se o poder de barganha representado pela figura do lobista, e conseqüentemente seu controle de oportunidades (Barley, 2010; Baron, 1995).

O deputado autor deste projeto de lei foi citado, em 2017, em inquéritos da Operação Lava Jato, operação do Ministério Público de combate a corrupção e lavagem de dinheiro, como suspeito de receber pagamentos indevidos para campanhas eleitorais (G1, 2017). No mesmo ano, foi veiculado em meios de comunicação (Bragon, 2017) que este deputado declarou:

*“Tem que chegar a um texto que crie uma **definição clara** do que será essa prova. Porque, do jeito que está, toda a atividade parlamentar está sendo criminalizada. Tem que **separar o que é atividade política legítima do que é atividade política ilegítima**. Do jeito que está, estão jogando tudo no mesmo balaio.”* (Fala do deputado registrada pela mídia em 13 de março de 2017)

Tal declaração foi dada em defesa de que houvesse lei específica para definir provas que pudessem ser legítimas para definir a atos corrupção na relação entre agente público e privado. O *locus* de enunciação mostra-se crucial ao cruzarmos análise textual, prática discursiva e prática social. O discurso produzido nestas três dimensões revela que as duas posições que o ator político assume – primeiro como autor de projeto de lei e agente público passível de ser alvo de lobista e posteriormente agente público investigado, em tentativa de legitimar suas práticas discursiva e social, ao propor uma regulamentação frágil da atividade de *lobby* e buscar fonte onde seja possível se blindar de ser caracterizado como quem realiza “atividade política ilegítima”.

Adiante, no art. 4º, é disposto que o lobista não pode criar demanda para o que ele oferta, ou seja, o lobista não pode instigar que haja proposição que necessitará de seus serviços. Como em outros artigos do projeto, esta é uma pretensão sem garantias e, em certa medida ingênua, pois está mais restrita à letra da lei do que seu funcionamento na prática. O PL 1202/2007 não fala em limite para valor de doações, que são feitas nos formatos de recompensas e presentes. Há a prestação de contas para pagamentos além de 1000 UFIR (Unidade de Referência Fiscal), porém não trata de situações em que talvez ocorressem vários pagamentos menores, que juntos, ultrapassariam o valor anteriormente estipulado. Ainda conforme o conteúdo do projeto, há lacunas para que o pagamento a uma pessoa física alvo seja desmembrado em parcelas e pago a familiares e pessoas próximas. Empresas de um conglomerado, na defesa de um interesse comum, podem articular distribuição de pagamentos que não atinjam o valor máximo e, assim, trabalhem a seu favor (Barley, 2010; Doh et al., 2012)

No art. 9º do projeto, quando trata do ato de improbidade, o substantivo “percepção” é usado, caracterizando-se por subjetividade, uma vez que percepção é pessoal, individual e está intimamente ligada aos sentidos e impressões. Não é possível “medir” percepção com uma régua padrão, já que percepção é algo intrínseco e pessoal, ou seja, cada indivíduo percebe de acordo com seus referenciais, e com suas lentes de visão de mundo.

*“Constitui ato de improbidade, sujeito às penas do art. 12, I da Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992, a **percepção**, por servidor público ou agente político, de qualquer vantagem, doação, benefício, cortesia ou presente com valor econômico que possa afetar o equilíbrio e a isenção no seu julgamento, ou que caracterize suborno ou aliciamento, concedido por pessoa física ou jurídica que exerça atividade destinada a influenciar a tomada de decisão administrativa ou legislativa.” (Art. 9 do PL 1202/2007)*

Mais adiante, no art. 10, é exposto que a lei do projeto em questão não versa sobre aqueles que atuam “sem pagamento” e “em caráter esporádico”, observando-se mais uma vez a imensa subjetividade que se encontra presente no texto. A garantia de que não há pagamentos sendo feitos ao agente que visa influenciar não existe. Outra questão embaraçosa é sobre o caráter esporádico. O adjetivo “esporádico”, antônimo de assíduo, denota casualidade e não regularidade.

*“Não se aplica o disposto nesta Lei a indivíduos que atuem **sem pagamento** ou remuneração por qualquer pessoa física ou jurídica e em **caráter esporádico** e com o propósito de influenciar o processo legislativo em seu interesse pessoal, ou que se limitem a acompanhar sessões de discussão e deliberação no âmbito do Poder Legislativo, ou em órgãos colegiados do Poder Executivo ou Judiciário, ou a quem for convidado, em razão de sua atuação profissional, prestígio ou notoriedade para expressar opinião ou prestar esclarecimentos em audiência pública diante de Comissão ou do Plenário, mediante convite público de dirigente responsável.” (Art. 10 do PL 1202/2007)*

Com que frequência de ação ou intervalo de tempo seria medido o caráter da ação para classificar-se como esporádica? Em outras palavras, as frequências quinzenal, mensal ou bimensal seriam consideradas assíduas ou esporádicas? Em suma, a clareza segundo a qual seria possível concluir tais questionamentos não é explícita.

O PL 1961/2015, o qual foi apensado ao PL 1202/2007, não traz a palavra *lobby* em sua ementa. Esta ausência pode ser relacionada a (des)construção de sentidos, para uma mudança estratégica desejada (Fairclough, 2001).

“Disciplina a atividade e atuação de pessoas e grupos de pressão ou interesse no âmbito dos Poderes Legislativo e Executivo, e dá outras providências.” (Ementa do PL 1691/2015)

O deputado autor da proposição legislativa 1961/2015, apensada ao PL 1202/2007, não se classifica como um “político de carreira” do senso comum, não é um indivíduo de precoce ingresso na vida pública e/ou longo histórico de ativismo (Brasil, 2020d). Antes de seu primeiro cargo público, atuou por mais de uma década na iniciativa privada em indústrias automobilísticas. Assim, seus antecedentes podem ser usados para compreender a mudança de discurso constatada na ementa de sua proposição, ao usar os termos “pessoas e grupos de pressão ou interesse”, pois o *lobby* para o setor privado é encarado como um negócio, e devido a carga tão negativa que popularmente o termo recebeu, profissionais não querem ter suas carreiras e atividades realizadas associadas a isto.

No apenso podem ser apontados dois avanços em relação ao que se observou no PL 1202/2007. É tratado, no art. 6º, sobre aqueles que não poderão atuar como representantes dos grupos de pressão e de interesse, indo além do que foi proposto anteriormente. Dentre as proibições, está o caso daqueles que estão sob a pena de condenação por corrupção e improbidade administrativa. Esta proibição pode ser relacionada com uma busca pela afirmação das naturezas excludentes do *lobby* e da corrupção (Graziano, 1997).

“aqueles que tenham sido condenados, mediante sentença transitada em julgado, por crimes de corrupção ou improbidade administrativa, enquanto durarem os efeitos da condenação;” (Art. 6º, inciso I do PL 1961/2015)

O segundo avanço está no art. 8º do apenso, quando o mesmo refere-se à “informações públicas e acessíveis”, discriminando cinco pontos que tais informações devem obedecer, como por exemplo, relatório trimestral de atividades. O inciso V do art. 8º do PL 1961/2015 traz “valores gastos com a atividade”, ampliando a prestação de contas, porque a atividade se dá não apenas no trato com os órgãos. É importante que a relação presentear/recompensar com pessoas físicas, como há na proposta de regulamentação, não se exclua, para que seja menos desastrosa do que aparenta ser, à primeira vista. O art. 9º do apenso se assemelha ao art. 4º PL 1202/2007, ao dizer que o lobista não pode criar demanda para o seu serviço prestado. Incorre-se, novamente, em uma pretensão sem garantias e difícil de ser alcançada.

“É vedado às pessoas físicas e jurídicas credenciadas para o exercício de atividades de ‘lobby’ provocar ou influenciar a apresentação de proposição legislativa com o propósito de vir a ser contratado para influenciar sua aprovação ou rejeição no âmbito do Poder Legislativo.” (Art. 4º do PL 1202/2007)

“provocar a apresentação de proposição legislativa visando ser contratado para influenciar sua aprovação ou rejeição;”(Art. 9º, inciso I do PL 1961/2015)

Nota-se, então, que tanto a proposição original como o apenso padecem de males parecidos, ao lidarem de forma superficial com questões delicadas, que demandam maior firmeza e delineamento, com maior clareza em seu trato.

A Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania emitiu três emendas supressivas – duas sobre o PL 1202/2007 e a outra sobre o PL 1961/2015. Em cada PL, houve uma emenda suprimida, em referência ao credenciamento e regulamentação em conselhos e órgãos, e, além destas, no PL 1202/2007 suprimiu-se o parágrafo 2º do art. 9º, sobre a pena de demissão do servidor público ao infringir o previsto na lei do projeto. No substitutivo do PL 1202/2007, assim como constatado na redação do apenso, observa-se como a palavra *lobby* foi sendo deixada de lado e tratou-se da atividade com novos termos, culminando em “relações governamentais ou representação de interesses”.

“Disciplina a atividade de relações governamentais ou de representação de interesses no âmbito dos órgãos e entidades dos Poderes da União, e dos órgãos e entidades da Administração Pública Federal, e dá outras providências.” (Ementa do Substitutivo ao PL 1202/2007)

Com isso, corrobora-se que há um processo de ressignificação e criação de sentidos, um distanciamento proposital do nome *lobby* e da carga pejorativa que este termo carrega no senso comum. No art. 1º do substitutivo são usadas como justificativa para regulamentação da atividade os termos “democracia” e “participação social”, os quais não são encontrados no PL 1202/2007, nem no PL 1961/2015, com exceção da justificativa de proposição do primeiro, ao afirmar que “para muitos, o ‘*lobby*’ é da essência da democracia”. São apresentadas cinco definições no art. 3º – processo de decisão política, relações governamentais, grupo de pressão, representação de interesses e tomador de decisão. Não se fala em lobista, recompensa ou presente e, adiante encontra-se a expressão “profissional de relações governamentais”.

A relatora designada, na época deputada, realizou as alterações que considerou pertinentes e apresentou o texto do substitutivo. Na Câmara dos Deputados há quatro bancadas que são as mais fortes em termos de fazer *lobby*: i) servidores; ii) agronegócio; iii) bala; e iv) evangélicos. Dos deputados que abertamente se declararam como membros de uma ou mais de tais bancadas, no mandato 2015-2018, coincidente com o recorte temporal de redação do substitutivo, o partido da relatora possuía 19 membros eleitos para a Casa, dentre os quais 10 eram integrantes de no mínimo uma dessas bancadas (Brasil, 2020c; Estadão, 2018). Afrouxamentos na proposta e ressignificações encontradas no texto podem ter ligação com a atenção a interesses de tais atores do setor público e seus pares de interessados do setor privado; os que já praticam o *lobby* sem estarem subordinados diretamente a uma lei específica e passarão pratica-lo guarnecidos por uma lei que não produzirá grandes efeitos práticos, como a respeito do credenciamento profissional. Com o uso da locução verbal “poderão requerer”, o credenciamento profissional se torna facultativo, ou seja, não há de fato uma proibição para o exercício da atividade.

“Os agentes de relações governamentais poderão requerer seu credenciamento, perante os órgãos dos Poderes Legislativo e Executivo na forma do regulamento.” (Art. 7º do Substitutivo ao PL 1202/2007)

Torna-se complexo compreender como a mesma matéria que se propõe a regulamentar o exercício da APC faculta o registro profissional. Se é possível não se registrar e atuar com o comportamento político, as empresas podem ver, por meio do “não registro”, um caminho maleável e não formalizado que facilite suas ações (Baron, 1995; Costa & Abdalla, 2019; Hillman et al., 2004). Esta questão, apesar de controversa, pode ser vista pela ótica de ampliação de exercício da atividade, por não contemplar apenas a elite dominante que possui condições de praticar o *lobby* de forma estruturada e incluir grupos da sociedade civil não

capazes de operar em tamanha formalidade (Netto, 2015). Logo adiante, no art. 11 do substitutivo, observa-se a sobrevivência da palavra “percepção”, oriunda do art. 9º do PL 1202/2007. Mais uma questão que carrega subjetividade presente no mesmo artigo do substitutivo refere-se, ainda sobre percepção, a “qualquer vantagem, doação, benefício, cortesia ou presente com valor econômico que possa influenciar o processo de decisão”. Atrair o reconhecimento de improbidade a percepção é demasiadamente perigoso. Como já discutido anteriormente, percepção versa sobre interpretação, é pessoal, é intrínseco a cada indivíduo.

O artigo 12 trata de casos em que o registro profissional será negado pelo órgão competente, como para condenados por corrupção enquanto durarem os efeitos de condenação. Entretanto, como o registro profissional passa a ser facultativo, perde-se o controle sobre aqueles que atuam como “profissional de relações governamentais”, possibilitando que indivíduos enquadrados nos termos expostos no artigo em questão exerçam a atividade sem requisitarem seu registro em órgão.

É pertinente ressaltar que os agentes centrais das três redações legais que são o objeto deste estudo, sem exceção, têm contra si acusações e investigações ao longo de suas carreiras políticas relacionadas a corrupção (Capital, 2018; G1, 2017; IG, 2017).

A dimensão textual de toda a redação envolvida no PL 1202/2007, seu apenso e seu substitutivo mostram a produção de um discurso voltado à regulamentação do *lobby* de forma que a atividade, na prática, se dê mais voltada aos interesses empresariais, com assimetria de poder, tornando, em certo grau, o agente público desprotegido diante do assédio empresarial. Partindo de outro ponto, não regulamentar o *lobby* pode ser visto sob o prisma de manutenção de poder, uma vez que o *status quo* coloca elites dominantes em confortável posição, com proximidade às autoridades do poder público, mantendo a atual lógica de dominação (Faria, 2011; Misoczky & Amantino-de-Andrade, 2005; Rodrigues Filho, 2004). Assim, condições emancipatórias tornam-se enfraquecidas para camadas inferiorizadas da sociedade, as quais observam no seu dia a dia, distanciamento e descaso do poder público, por conta da impossibilidade de dar voz a estes grupos. Com o *lobby* não regulamentado, a apresentação de demandas fica restrita aos que já mantém relacionamentos e possuem rede de contato com membros da elite política (Graziano, 1997; Knights & Morgan, 1991; Ridge et al., 2017).

Desta forma, a questão da regulamentação do *lobby* é extremamente delicada por duas razões: i) não regulamentar é um problema, pois mantém-se o *status quo*; e ii) regulamentar da forma proposta trará novos problemas, na medida que se mantém o *status quo* de dominação da elite político-empresarial em detrimento da sociedade, contudo, sob nova roupagem, de exposição e fragilização do agente público. Ainda, há a presença da dualidade que condiciona a manutenção do *status quo* e inclusão de novos atores ao processo, os quais não serão excluídos pela ausência do registro profissional. Regulamentar é importante e necessário, mas não se pode optar pelo “menor dos males”.

5. Considerações Finais

Apesar de ainda haver uma escassez de trabalhos sobre as estratégias de não-mercado e controvérsias quanto ao assunto, são vistos avanços em publicações e discussões na área, tornando-se possível notar o quão relevante é este ambiente. Uma grande contribuição da perspectiva crítica para a análise em estratégia é o aspecto de processo organizacional da

“grande estratégia”, ao englobar relações assimétricas de poder, influência, discursos com intenções mascaradas e assim, junto à teorização de não-mercado, tratar de variados atores.

O exercício da Atividade Política Corporativa através da estratégia de *lobby*, a pressão exercida por atores privados, e até mesmo por atores do setor público, em direção poder público, permanece há mais de 30 anos sem regulamentação específica no Brasil. Ao longo destes anos, diversas proposições legislativas foram apresentadas à Câmara dos Deputados e ao Senado e uma destas proposições encontra-se em tramitação na Câmara. Assim, no presente estudo nosso objetivo foi discutir o processo de regulamentação do *lobby* no Brasil, por meio do Projeto de Lei (PL) nº. 1202, de 2007, à luz da abordagem de Análise Crítica do Discurso.

A escolha desta abordagem, com base nos estudos de Norman Fairclough, se deu principalmente pela necessidade de melhor compreender as nuances do processo de regulamentação do *lobby* e de seu delicado contexto. Os dados utilizados foram dados secundários de fonte documental, dado que o *corpus* de análise foi o PL 1202/2007, juntamente de seu apenso e substitutivo. Utilizamos, em especial, a terceira parte do *framework* para ACD proposto por Abdalla & Altaf (p. 40, 2018), em uma análise tridimensional integrada.

Em um país como o Brasil, de economia emergente e turbulenta formação histórica e política, com pouco mais de 30 anos da Carta Magna democrática em vigência, parece ser evidente a necessidade de regulamentação da atividade de *lobby*. A proposta de regulamentação passou por diversas modificações, inclusive sobre o próprio termo *lobby*, que deixou de ser usado no texto substitutivo. Mesmo com questões que não ficaram completamente claras, além das próprias deficiências apontadas, o fato de a proposição de regulamentação ser discutida em processo de tramitação, aguardando para que seja apreciada, revela avanço.

Com o substitutivo proposto pela Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania, observa-se uso de novas expressões na redação do texto, como sinônimos e também introduzindo novos aspectos, sendo possível constatar um processo de mudança discursiva em direção à criação e ressignificação de sentidos.

Após as análises, constatamos três eixos que foram mais impactados e modificados ao longo da tramitação: i) nome dado à atividade, que se alterou de “*lobby*” para “relações governamentais”; ii) registro profissional, o qual deixou de ser obrigatório e assumiu caráter facultativo; e iii) razões para negação do registro profissional pelo órgão competente, dentre as quais foi incluso condenado por corrupção enquanto durarem os efeitos da pena. A não obrigatoriedade do registro profissional é a maior fragilidade encontrada, uma vez que impacta todos os outros termos tratados, pois se um profissional não está registrado como “agente de relações governamentais” qual será a maneira de fiscalizá-lo sob controle legal? Por qual motivo um condenado por corrupção se disporia a se registrar se há como exercer a atividade sem registro? Assim, a regulamentação como proposta no substitutivo torna-se questionável quanto ao que se propõe a regulamentar. Em que pesem as possíveis brechas abertas em decorrência do registro profissional ser facultativo, esta talvez seja uma alternativa de não restringir o exercício do *lobby*, principalmente por não penalizar atores de fora do *mainstream*. Portanto, é um ponto de extrema delicadeza por abarcar possibilidades extremas – proteger grupos dominantes e ao mesmo tempo incluir setores marginalizados.

As limitações deste estudo encontram-se na concentração da busca em ementas, especificamente pela palavra *lobby* em proposições legislativas. Ao longo de leituras para

construção do trabalho foi possível constatar a tentativa de distanciamento deste termo por parte dos legisladores. Outra limitação que pode ser apontada trata da rejeição do substitutivo e apresentação de nova proposta, que conduziria a regulamentação por aspectos diferentes daqueles que aqui foram tratados. Para estudos futuros, sugerimos que sejam analisadas proposições legislativas apresentadas após 2007 que tratam da atividade de *lobby* com novos termos e porquê estas não foram pensadas ao PL 1202/2007, pois quando se apresenta proposta que trata de assunto iguais ou semelhante a outra proposta já em tramitação ocorre a apensação.

Vale destacar que esta discussão não se prende à ingenuidade de crer que uma vez regulamentada a atividade de *lobby* no Brasil, solucionados estarão todos os problemas relacionados ao seu exercício no país, minimizando as chances de ocorrência de casos de corrupções e afins. Certamente não é disso que se trata. Entretanto, regulamentar a atividade lança luz sobre uma arena, que até então se encontra nebulosa, sem a devida informação e transparência, um processo em grande parte confuso, com atitudes e reações dúbias, posicionamentos e interesses não bem esclarecidos, normalmente disfarçados e demarcados.

A regulamentação de parte da APC faz com que haja nitidez, em níveis variados, no cenário política de relações público privadas, de forma a tornar o processo mais transparente, ao tentar expor os interesses e motivações dos *players* envolvidos. Adicionalmente, a transparência pode tornar mais claras as negociações, além de evidenciar quem se beneficia, e porque se beneficia. Regulamentar o *lobby* no Brasil, além da própria transparência, oportunizará maior participação popular, além do encurtamento da distância entre setores à margem da sociedade e poder público, por exemplo. Entretanto, de acordo com o que texto que foi proposto, seu apenso e substitutivo, este caminho aparenta estar distante, necessitando de maior inclusão e simetria entre *players*.

Referências

- Abdalla, M. M., & Altaf, J. G. (2018). Análise Crítica do Discurso em Administração e em Gestão: Sistematização de um Framework Metodológico. *ADM.MADE*, 22(2), 35–47.
- Bach, D., & Allen, D. B. (2010). Cuidado com o “Nonmarket.” *HSM Management*, 82, 112–118.
- Barley, S. R. (2010). Organization Studies Government: A Case to Set an Agenda for Organization Studies. *Organizational Studies*, 31(06), 777–805.
- Baron, D. P. (1995). Integrated Strategy: Market and Nonmarket Components. *California Management Review*, 37(2), 47–66.
- Baron, D. P. (1997). Integrated Strategy, Trade Policy, and Global Competition. *California Management Review*, 39(2), 145–169.
- Baron, D. P. (1999). Integrated Market and Nonmarket Strategies in Client and Interest Group Politics. *Business and Politics*, 1(1), 7–34. <https://doi.org/10.1515/bap.1999.1.1.7>
- Baumgartner, F., & Leech, B. (1998). *Basic Interests: The Importance of Groups in Politics and in Political Science*. Princeton: Princeton University Press.
- Bragon, R. (2017). Líder do PT defende lei que pode dificultar condenações na Lava Jato. Retrieved from Folha de S. Paulo website: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/03/1866151-lider-do-pt-defende-lei-que-pode-dificultar-condenacoes-na-lava-jato.shtml>
- Brasil. (2017). *LEI Nº 13.487, DE 6 DE OUTUBRO DE 2017*. Retrieved from http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/L13487.htm

- Brasil. (2019a). *Câmara dos Deputados*. Retrieved from <https://www.camara.leg.br/>
- Brasil. (2019b). *Senado Federal*. Retrieved from <https://www12.senado.leg.br/hpsenado>
- Brasil. (2020c). Cristiane Brasil - Biografia. Retrieved from Câmara dos Deputados website: <https://www.camara.leg.br/deputados/93472/biografia>
- Brasil. (2020d). Rogério Rosso - Biografia. Retrieved from Câmara dos Deputados website: <https://www.camara.leg.br/deputados/160426/biografia>
- Capital, C. (2018). PGR denuncia Cristiane Brasil e Roberto Jefferson por corrupção. Retrieved from Carta Capital website: <https://www.cartacapital.com.br/politica/pgr-denuncia-cristiane-brasil-e-roberto-jefferson-por-corrupcao/>
- Costa, A. S. M., & Abdalla, M. M. (2019). Atividade Política Corporativa. In Márcio Moutinho Abdalla, M. A. Conejero, & M. A. Oliveira (Eds.), *Administração Estratégica: Da teoria à prática no Brasil* (1st ed., pp. 221–241). São Paulo: GEN.
- Doh, J. P., Lawton, T. C., & Rajwani, T. (2012). Advancing Nonmarket Strategy Research: Institutional Perspectives in a Changing World. *Academy of Management Perspectives*, 26(3), 22–39.
- Estadão. (2018). Os Donos do Congresso. Retrieved from Estadão website: <https://infograficos.estadao.com.br/public/politica/eleicoes/2018/os-donos-do-congresso/servidores/>
- Fairclough, N. (2001). *Discurso e Mudança Social*. Brasília: Editora Universidade de Brasília.
- Faria, A. (2011). Repensando redes estratégicas. *Revista de Administração Contemporânea*, 15(1), 84–102.
- Faria, A., & Abdalla, M. M. (2014). O que é (estratégia de) não mercado? *Organizações e Sociedade*, 21(69), 315–334.
- G1. (2017). Delação da Odebrecht: Carlos Zarattini é suspeito de receber pagamentos indevidos. Retrieved from G1 website: <https://g1.globo.com/politica/operacao-lava-jato/noticia/delacao-da-odebrecht-carlos-zarattini-e-suspeito-de-receber-pagamentos-indevidos.ghtml>
- Gama, M. A. B., & Lana, J. (2020). Quando Há Políticos no Conselho de Administração. *GVEXECUTIVO*, 19(1), 43.
- Gordon, S. C., Hafer, C., & Landa, D. (2007). Consumption or Investment? On Motivations Political Giving. *The Journal of Politics*, 69(4), 1057–1072.
- Graziano, L. (1997). O Lobby e o Interesse Público. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 12(35).
- Hadani, M. (2012). Institutional ownership monitoring and corporate political activity: Governance implications. *Journal of Business Research*, 65, 944–950.
- Hillman, A. M. Y. J., & Hitt, M. A. (1999). Corporate Political Strategy Formulation: A Model of Approach, Participation, and Strategy Decisions. *Academy of Management Review*, 24(4), 825–842.
- Hillman, A. M. Y. J., Keim, G. D., & Schuler, D. A. (2004). Corporate Political Activity: A Review and Research Agenda. *Journal of Management*, 30(6), 837–857.
- Holburn, G. L. F., & Vanden Bergh, R. G. (2014). Integrated Market and Nonmarket Strategies: Political Campaign Contributions Around Merger and Acquisition Events in the Energy Sector. *Strategic Management Journal*, 35, 450–460.
- IG. (2017). Deputado que presidiu comissão do impeachment é suspeito por esquema no DF. Retrieved from Último Segundo - iG website: <https://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2017-05-23/rogerio-rosso.html>

- Kingsley, A. F., & Vanden Bergh, R. G. (2015). How regulatory uncertainty drives integrated market and non-market strategy. In Thomas Lawton & T. Rajwani (Eds.), *The Routledge Companion to Non-Market Strategy* (1st ed., pp. 78–100).
- Knights, D., & Morgan, G. (1991). Corporate Strategy, Organizations, and Subjectivity: A Critique. *Organization Studies*, 12(2), 251–273.
- Lawton, T., Mcguire, S., & Rajwani, T. (2013). Corporate Political Activity: A Literature Review and Research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, 15(1), 86–105.
- Levy, D. L., Alvesson, M., & Willmott, H. (2003). Critical Approaches to Strategic Management. In M. Alvesson & H. Willmott (Eds.), *Studying Management Critically* (1st ed., pp. 92–110). SAGE Publications Ltd.
- Liedong, T. A., Ghobadian, A., Rajwani, T., & O'Regan, N. (2015). Toward a View of Complementarity: Trust and Policy Influence Effects of Corporate Social Responsibility (CSR) and Corporate Political Activity (CPA). *Group and Organization Management*, 40(3), 405–427.
- Lord, M. D. (2000). Corporate Political Strategy and Legislative Decision Making: The Impact of Corporate Legislative Influence Activities. *Business & Society*, 39(1), 76–93.
- Lord, M. D. (2003). Constituency building as the foundation for corporate political strategy. *Academy of Management Executive*, 17(1), 112–124.
- Mellahi, K., Frynas, J. G., Sun, P., & Siegel, D. (2016). A Review of the Nonmarket Strategy Literature: Toward a Multi-Theoretical Integration. *Journal of Management*, 42(1), 143–173.
- Misoczky, M. C., & Amantino-de-Andrade, J. (2005). Uma crítica à crítica domesticada nos estudos organizacionais. *Revista de Administração Contemporânea*, 9(1), 193–210.
- Monteiro, J. V. (2007). O lado escuro da escolha pública. *Revista de Administração Pública*, 41(3), 585–596.
- Netto, M. G. N. (2015). Lobby e a sua regulamentação no Brasil: uma análise sistemática sobre as propostas e possibilidades de normatização. *Dissertação de Mestrado, Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento (Cefor), Brasília, DF, Brasil*, 187.
- Nunes, J. (2020). A pandemia de COVID-19: securitização, crise neoliberal e a vulnerabilização global. *Cadernos de Saúde Pública*, 36(5).
- Ohashi, M. (2020). Does Reputation Matter? Interactions between Corporate Social Responsibility (CSR) and Corporate Political Activity (CPA). *Dissertação de Mestrado, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, SP, Brasil*, p. 55.
- Ovtchinnikov, A. V., & Pantaleoni, E. (2012). Individual political contributions and firm performance. *Journal of Financial Economics*, 105(2), 367–392.
- Partyka, R. B., Lana, J., & Gama, M. A. B. (2020). Um olho no peixe e outro no gato: como as Fintechs disputam espaço com os bancos em época de juros baixos. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 21(1).
- Partyka, R. B., Lana, J., Gama, M. A. B., & Marcon, R. (2019). Research and theory of Corporate Political Activity (CPA): a bibliometric analysis. *Revista de Negócios*, 24(1), 6–20.
- Pigott, R. J., & Williamson, R. S. (1979). Corporate Political Activity. *The Business Lawyer*, 34, 913–919.
- Richter, U. H. (2020). Shifting Paradigms in the Postnational Constellation: A Deliberative View on the Role of the Firm. In V. Shirodkar, R. Strange, & S. Mcguire (Eds.), *Non-*

- market Strategies in International Business* (pp. 151–178). Palgrave Macmillan.
- Ridge, J. W., Ingram, A., & Hill, A. (2017). Beyond lobbying expenditures: How lobbying breadth and political connectedness affect firm outcomes. *Academy of Management Journal*, 60(3), 1138–1163.
- Rodrigues Filho, J. (2004). Um estudo da produção acadêmica em administração estratégica no Brasil na terminologia de Habermas. *RAE Eletrônica*, 3(2), 1–16.
- Rodrigues, R. (1996). A regulamentação do lobby no Brasil: leitura crítica de um projeto de lei. *Revista de Administração Pública*, 30(1), 55–63.
- Sallai, D. (2020). Non-market Strategies Within Conflicting Institutional Pressures: The Case of Western Multinationals in a Post-socialist Context. In V. Shirodkar, R. Strange, & S. McGuire (Eds.), *Non-market Strategies in International Business* (pp. 19–39). Palgrave Macmillan.
- Schuler, D. A., Rehbein, K., & Cramer, R. D. (2002). Pursuing Strategic Advantage Through Political Means: A Multivariate Approach. *Academy of Management Journal*, 45(4), 659–672.
- Schuler, D. A., Rehbein, K., & Green, C. D. (2019). Is Corporate Political Activity a Field? *Business & Society*, 58(7), 1376–1405. <https://doi.org/10.1177/0007650316680206>
- Shaffer, B. (1995). Firm-level Responses to Government Regulation: Theoretical and Research Approaches. *Journal of Management*, 21(3), 495–514.
- Shaffer, B., Quasney, T. J., & Grimm, C. M. (2000). Firm Level Performance Implications of Nonmarket Actions. *Business & Society*, 39(2), 126–143.
- Silva, A. O., & Abdalla, M. M. (2020). DESENVOLVIMENTO? PARA QUEM? RELAÇÕES ESTRATÉGICAS ENTRE EMPRESA E SOCIEDADE: O LADO OBSCURO DA PRIVATIZAÇÃO DA COMPANHIA SIDERÚRGICA NACIONAL (CSN). *REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)*, 26(1), 49–80.
- Silva, E. R., & Gonçalves, C. A. (2017). Possibilidades de incorporação da análise crítica do discurso de Norman Fairclough no estudo das organizações. *Cadernos EBAPE.BR*, 15(1), 1–20.
- Simoni, A. Z. (2018). Estratégia de informação: Lobby em ambientes de mudanças políticas. *Dissertação de Mestrado, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, SP, Brasil*, p. 169.
- Somers, M., & Block, F. (2005). From Poverty to Perversity: ideas, markets and institutions over 200 years of welfare debate. *American Sociological Review*, 70(2), 260–287.
- Vidal, J. B., Draca, M., & Fons-Rosen, C. (2012). Revolving Door Lobbyists. *The American Economic Review*, 102(7), 3731–3748.
- Whittington, R. (2012). Big Strategy/Small Strategy. *Strategic Organization*, 10(3), 263–268.