

**Universitatea Babeş-Bolyai Cluj-Napoca**  
**Facultatea de Ştiinţe Politice, Administrative şi ale Comunicării**

**Specializarea: Masterat IFR Relaţii Publice**

# **LOBBYING**

**conf. dr. Cosmin IRIMIEŞ**

**lect. dr. Anisoara PAVELEA**

E-mail: [pavelea@fspac.ro](mailto:pavelea@fspac.ro)

Cluj-Napoca

2014

## *Context teoretic*

### *Proces*

### *Luarea deciziilor*

### *Influențarea deciziilor*

### *Activitatea politică*

Activitatea de *lobby* trebuie înțeleasă ca modalitatea transparentă de influențare a deciziilor legislative și executive prin acțiuni care au scopul de a susține drepturi și interese legitime în promovarea, adoptarea, modificarea sau abrogarea unor decizii și acte normative de către autoritățile și instituțiile publice.

Prin *lobbying* se înțelege activitatea unui grup (sau persoană) care încearcă să determine puterea legislativă sau executivă să adopte o poziție sau să ia o decizie care să servească interesele legitime ale respectivului grup. În plus, prin *lobbying* (activitatea de *lobby*), factorii decizionali -parlamentarii, reprezentanții administrației publice centrale și locale etc. - pot beneficia, prin intermediul acestor grupuri, de expertiza unor specialiști în diferite domenii. Dintr-un alt punct de vedere, *lobbying*-ul constituie un mecanism prin care se menține legătura dintre alegători și aleșii lor, pe durata mandatului acestora din urmă.

Activitatea de lobby presupune o serie de contacte cu conducători sau reprezentanți ai autorităților sau instituțiilor publice în vederea promovării sau respingerii anumitor legi sau reglementări. Totuși, în România este foarte persistentă confuzia între trafic de influență și *lobby*, mulți oameni considerându-le sinonime. Lipsa unei legi care să reglementeze această activitate sporește și mai

tare confuzia și amână desfășurarea unor campanii de lobby cu adevărat profesionale în domenii, până la urmă, de interes general.

Acest lucru face extrem de dificil controlul democratic asupra diferitelor activități, pentru evitarea, în primul rând, a traficului de influență, atât de blamat de opinia publică. Activitatea de lobby este una dintre caracteristicile democrației performante, cu adevărat în folosul cetățenilor.

Obiectivele oricărei acțiuni de *lobby* pot fi clasificate în două mari categorii:

- adoptarea sau respingerea unei propuneri, în componenta legislativă, și
- emiterea sau abținerea de la emitere a unui act administrativ, în componenta executivă (propunerile sunt supuse atenției funcționarilor din instituțiile administrației publice și culminează cu adoptarea și aplicarea acestora prin decizia voluntară a unui demnitar investit cu putere executivă (primar, director de agenție, departament ori direcție județeană, prefect sau ministru).

### **„Lobby” versus „advocacy”**

De multe ori se face confuzie între „lobby” și „advocacy”. În timp ce lobby-ul se referă la încercarea de a influența legislația, advocacy cuprinde o arie mai largă de activități, printre care și activități de lobby. O modalitate de a diferenția cele două noțiuni este înțelegerea faptului că lobby presupune activități de advocacy, în timp ce advocacy-ul nu implică neapărat și activități de lobby.

„Advocacy” constă în acțiunile organizate prin care se preiau probleme *invizibile*, neglijate, încercându-se influențarea atitudinii publice și a atitudinii actorilor politici.>>><sup>1</sup> Sau mai simplu spus: advocacy reprezintă procesul prin care

---

<sup>1</sup> David Cohen, Rosa de la Vega, Gabrielle Watson, *Advocacy for Social Justice*, 2001, p.68.

cetățenii organizați influențează factorii decizionali în luarea unei hotărâri pe un subiect de interes public. În schimb, lobby face referire la abordarea directă a autorităților și este o tactică de advocacy. Totodată, o altă diferență între cele două noțiuni este faptul că advocacy este o activitate de sensibilizare a opiniei publice și a factorilor implicați în luarea hotărârilor cu privire la acțiuni ce pot afecta viețile oamenilor într-un mod direct. În schimb, lobby-ul are ca și scop influențarea efectivă a deciziei guvernamentale.

O altă problemă care apare aici este ideea că, adesea, se face o legătură între activitatea de lobby și trafic de influență. Prin urmare, se creează impresia că prin legiferarea lobby-ului se va legaliza traficul de influență. „Lobby-ul acționează transparent și se bazează pe o comunicare argumentată și strategii discursive excepționale, precum și pe cunoștințe tehnice și legislative solide.”<sup>2</sup>Traficul de influență este o formă gravă a corupției și se pedepsește cu închisoarea. Conform reglementărilor legale, traficul de influență este o infracțiune care face parte din grupul infracțiunilor care aduc atingere unor activități de interes public sau reglementate de lege. Sintagma este asociată cu darea de mită, luarea de mită și primirea de foloase necuvenite.

### **Este necesară activitatea de lobby?**

Activitatea de lobby realizată într-un mod profesional are o serie de avantaje precum:

- „efecte benefice asupra transparenței actului decizional și a participării active din partea societății civile la procesul decizional;

---

<sup>2</sup> Liviu Mihăileanu, *Reglementarea activității de lobby: în anticamera influenței*, Ed. C.H. Beck, 2009, p. 18.

- creșterea calității deciziilor adoptate, prin furnizarea profesionistă de informații decidenților cu privire la domeniul asupra căruia se operează, suplinindu-se astfel limitele de timp, bani sau chiar cognitive ale decidenților;
- creșterea eficienței în aplicarea deciziilor adoptate, rezultat al posibilității de cointeresare a celor cărora li se adresează încă din stadiul de proiect;
- schimbarea mentalității de abordare a raporturilor între emitenții deciziilor legislative și administrative și adresanții acestora, prin responsabilitatea autorităților publice și creșterea corespunzătoare a încrederii societății civile în procesul decizional, ca urmare a instituționalizării dialogului;”<sup>3</sup>

În ceea ce îi privește pe cei care iau deciziile, au și ei anumite avantaje printre care se numără următoarele: au acces la statistici și studii de măsurare a părerii populației gratuite; relația dintre ales și alegător se îmbunătățește; are loc încurajarea unei „a doua opinii”, chestiune ce poate evita adoptarea unei hototărâri greșite.

Și cei care practică lobby au anumite avantaje:

- interesele lor sunt mai bine observate decât a celor care nu sunt interesați de acest proces;
- pot aduce în atenția politicianilor chestiuni importante care pot trece neobservate de către aceștia;
- pot influența legislația astfel încât opinia publică să nu aibă de suferit de pe urma unei decizii greșite;
- pot aduce în fața unui minister problema respectivă;
- își exercită un drept

---

<sup>3</sup> *Idem*, p. 38.

- contribuie la îndeplinirea rolului în societate a respectivei persoane sau organizații.

## **Cum se face LOBBY?**

Există două modalități de a face lobby:

### **Lobby direct:**

- întâlniri face to face – cel mai eficient mod de comunicare a mesajului;
- conversație telefonică - politețea însoțită de explicații simple și la obiect pot fi foarte eficiente;
- mesaje scrise (fax, scrisori, etc) – invită la o abordare mai atentă a problemei în cauză și are ca avantaj faptul că nu cere răspuns imediat;
- scrisori cu destinatar (individual) – o scrisoare concisă poate fi adresată mai multor persoane ce au legătură cu problema abordată, amprenta personală - semnătura trebuie să fie obligatoriu de mână.

### **Lobby indirect:**

- campanii media – mass-media poate avea o influență puternică asupra publicului țintă utilizând comunicate de presă, evenimente media speciale, articole, care să scoată în evidență poziția și punctul de vedere al celui care a inițiat campania.

- alte organizații – third parties, care să sprijine punctul de vedere exprimat (asociații, organizații, partide politice).

Mesajul transmis trebuie să fie: adevărat, argumentat, clar, concis și susținut cu referințe.

Democrația reprezintă mult mai mult decât alegeri libere. O evaluare a democrației trebuie să țină seama, pe lângă această dimensiune „mecanică”, de existența și functionarea instituțiilor democratice ale sistemului dar, mai ales, de pluralismul politic și civil, de libertățile individuale și de grup, astfel încât interese și valori opuse să fie exprimate și să se afle în competiție printr-un proces continuu de reprezentare dincolo de momentele alegerilor periodice.

Existența unei diversități de identități, opinii și interese este un dat al oricărei societăți contemporane. În aceste condiții, reprezentarea acestora devine din ce în ce mai dificilă și din ce în ce mai ușor de contestat. Aceasta situație problematică poate însă fi depășită prin mecanismele democrației participative.

Democrația participativa face referire la mecanismele prin care luarea deciziilor cu privire la afacerile publice se face prin implicarea cetățenilor. O sugestie sau o reclamație venită din partea unui cetățean poate fi acceptată sau respinsă, dar nu trebuie să fie ignorată de decidentul politic. Așadar, democrația participativă include:

- participarea cetățenească la procesul de luare a deciziilor publice;
- participarea cetățeanului la administrarea banului public;
- consultarea publică a societății civile, în ansamblul ei.

Pentru a putea vorbi de o democrație participativă eficientă, principiile informării, consultării și al transparenței luării deciziilor sunt condiții sine-qua-non. Pentru economie, lipsa de transparență sau transparența pur-formală, se traduc într-un mediu ostil, imprevizibil, în existența unei concurențe neloiale și în incapacitatea sistemului de a evolua. Pentru societatea civilă și cetățean, acestea sunt sinonime cu pierderea încrederii cetățenilor în reprezentanții lor, delegitimarea instituțiilor și, în cele din urmă, alienarea cetățeanului.

Din punct de vedere istoric termenul “lobby” își are originea în germanica veche prin cuvântul *loubā* care se poate traduce prin hol, acoperiș. Verbul “to lobby” a fost atestat prima dată în 1850, iar cuvântul “lobbyist” în 1863.

În limba română cuvântul lobby este definit ca “grup de persoane care influențează, din afară, hotărârile unui parlament ; grup de presiune”.

Activitatea de lobby presupune o serie de contacte cu conducători sau reprezentanți ai autorităților sau instituțiilor publice în vederea promovării sau respingerii anumitor legi sau reglementări. Totuși, în România este foarte persistentă confuzia între trafic de influență și lobby, mulți oameni considerându-le sinonime. Lipsa unei legi care să reglementeze această activitate sporește și mai tare confuzia și amână desfășurarea unor campanii de lobby cu adevărat profesionale în domenii, până la urmă, de interes general.

Reglementarea activității de lobby nu s-a bucurat niciunde de o mai mare atenție decât în Statele Unite ale Americi unde începutul are loc în 1946. Reglementările Federale ale Activităților de Lobby cer înregistrarea tuturor persoanelor care, ele însele sau prin intermediari, solicitau, colectau sau primeau pur și simplu bani în vederea trecerii sau respingerii legislației în Congres. Deoarece a întâmpinat rezistență din partea diferiților lobbyiști care apelau la



diferite tertipuri pentru a se eschiva reglementărilor ei a fost nevoie ca în noiembrie 1995 să se adopte Regulamentul Activităților de Lobby. Specialiștii consideră că acest regulament a reprezentat pasul spre o perioadă de transparență și profesionalism în mediile guvernamentale<sup>4</sup>.

În ceea ce privește Uniunea Europeana și activitatea de lobby în Parlamentul European, reglementarea ei a început în octombrie 1992 cu planul Galle care a fost anulat deoarece nu s-a ajuns al un consens asupra definiției termenului de lobbyist. În anul 1995 raportul lui Ford propune acordarea unor premise permanente persoanelor care doresc să intre frecvent în Parlament, cu scopul de a furniza informații membrilor Parlamentului European. Înregistrările lobbyistilor s-au făcut publice pe site-ul Parlamentului European.

În 19 iulie 2005 peste 160 de organizații, grupuri ale societății civile, asociații de afaceri, asociații academice și firme de relații publice s-au organizat sub titulatura „Alliance for Lobby Transparency and Ethics Regulation (ALTER-EU)” pentru a solicita un sistem electronic transparent de înregistrare obligatorie a lobbyistilor la nivelul Uniunii Europene, îmbunătățirea Codului de Conduita al oficialilor Comisiei Europene și eliminarea accesului privilegiat acordat lobbyistilor marilor corporații<sup>5</sup>.

În 23 iunie 2008 Comisia Europeana a lansat Registrul Online al reprezentanților grupurilor de interese în care au fost invitați să se înscrie toți

---

<sup>4</sup> [http://www.congress.org/news/2010/02/18/whats\\_the\\_history\\_of\\_lobbying;](http://www.congress.org/news/2010/02/18/whats_the_history_of_lobbying;)  
[http://www.publicaffairlinks.co.uk/Help%20Guides/The%20History%20of%20Lobbying%20\(guide1\).doc](http://www.publicaffairlinks.co.uk/Help%20Guides/The%20History%20of%20Lobbying%20(guide1).doc)

<sup>5</sup> *Ibidem.*, p. 79.

reprezentanții grupurilor de interese care doresc să influențeze elaborarea politicilor și proceselor decizionale la nivelul instituțiilor europene<sup>6</sup>.

În altă ordine de idei, în ceea ce privește definirea noțiunii de *lobby*, trebuie făcută, mai întâi, distincția dintre *grupuri de interese*, *grupuri de presiune* și *organizații de lobby*. Dacă, în perioada anilor '50, se folosea noțiunea de *grupuri de presiune*, acestea reprezentând grupuri ce se implicau în procesul politic fără a fi partide politice, ulterior s-a renunțat la acest termen în favoarea celui de *grupuri de interese*, pentru a se evita conotațiile negative pe care le implică ideea de presiune politică. Într-o altă opinie, se face distincție între *grupuri de presiune* și *organizații de lobby*. În acest sens, grupurile de presiune sunt definite ca grupuri mai mari, alcătuite din amatori, care urmăresc să influențeze sistemul politic și opinia publică, iar organizațiile de *lobby* grupuri mai mici, alcătuite din profesioniști, care pot fi angajați spre a influența eficient anumite decizii politice. Noțiunea de grup de interes are o conotație negativă pentru cea mai mare parte a românilor. Totuși, în democrațiile avansate, această noțiune desemnează o formă consacrată de acțiune politică.

De exemplu, în România, cele mai semnificative grupuri de interes sunt **sindicatele**, **organizațiile non-guvernamentale** și **oamenii de afacerii**, grupuri care protejează minoritatea pe care o reprezintă, etc.

La nivel central, **sindicatele** participă prin calitate de parteneri, în cadrul sistemului tripartit de dialog social, împreună cu guvernul și patronatul.

La nivelul confederațiilor naționale, sindicatele prezintă programe concrete de dezvoltare economică sectorială sau globală. Ele își susțin atitudinile și

---

<sup>6</sup> *Lobbizás az Európai Unióban*, Budapest, 2005, p. 13.

proiectele în fața administrației centrale a statului. Există și alte elemente de implicare a sindicatelor în sfera politicilor publice: prin organizarea și desfășurarea acțiunilor de luptă sindicală, mitinguri, marșuri de protest, sindicatele exprimă o atitudine față de deciziile care îi vizează. Mai mult, în situația premiselor declanșării unui conflict colectiv de muncă, prin lege se solicită organizatorilor să prezinte soluții de rezolvare. Legiuitorul a considerat că sindicatele trebuie să aibă un rol activ, constructiv, în soluționarea stării conflictuale apărute.

Negocierea contractului colectiv de muncă constituie instrumentul principal prin care sindicatele își exercită prerogativele de apărător și promotor al intereselor salariaților. În vederea negocierii și încheierii unui contract avantajos și în interesul salariaților, sindicatele trebuie să aibă în vedere o serie de condiții și situații, să aplice o serie de tehnici. Cele mai utilizate modalități sunt: prezentarea fermă a cererii, propuneri de eventuale soluții, solicitarea sprijinului unor reprezentanți din cadrul organizațiilor sindicale superioare, a căror capacitate de negociere a fost dovedită, amenințarea declanșării procedurilor legale de luptă sindicală, declanșarea efectivă a acestora. *Lobbying*-ul politic, sprijinit de acțiuni publice cu caracter puternic demonstrativ, este principalul mijloc de influențare a procesului decizional utilizat de către sindicate.

**Organizațiile non-guvernamentale** încearcă să joace un rol de monitorizare (watch dog), dar au reușit să contribuie și la dezvoltarea instituțională, prin activități de parteneriat cu administrația publică centrală și locală, de exemplu, prin instruirea funcționarilor publici și a celor aleși. Aceste inițiative au fost sprijinite în multe cazuri de către programele de reformă a administrației publice și reforma legislativă ale Fundației pentru o Societate Deschisă; programul pentru administrația publică locală al USAID și, ulterior, de

programul PHARE pentru Reforma Administrației Publice Locale și de programele PHARE pentru organizații non-guvernamentale. Punctul slab al acestor inițiative, cu implicații negative asupra impactului lor, au fost lipsa de coordonare și lipsa de strategie la nivel național.

**Oamenii de afaceri** au fost permanent interesați de dinamica legislativă, aceasta constituind o variabilă importantă în succesul lor pe piață. Unii oameni de afaceri și-au dublat mulți ani după 1990 această calitate cu cea de politicieni, până în anul 2003 când, odată cu apariția Legii 161/2003, aceștia au fost obligați să opteze pentru una din acestea. Totuși influența acestora a continuat să se manifeste asupra mediului politic, unii oameni de afaceri devenind chiar demnitari.

Activitatea de lobby a oamenilor de afaceri, așezată pe fundamentele transparenței și în acord cu legislația de drept este un lucru dezirabil, având în vedere că între corpul economic și corpul legislativ există o intimă legătură (a se vedea, de exemplu, și recenta măsură guvernamentală de creștere a nivelului taxelor cărnii de pui de import cu 60% pentru a estompa pierderile producătorilor interni cauzate de apariția focarelor de gripă aviară în România). Însă, limita dintre activitatea de lobby și traficul de influență – aceasta din urmă, cu consecințe extrem de negative asupra sănătății mediului economic - este fragilă iar riscul confundării acestora necesită măsuri pentru delimitarea clară a uneia de cealaltă.

### **Alte grupuri de interes**

*Asociațiile de locatari/prorietari* ocupă un loc aparte în peisajul grupurilor de interes în România, cu precădere la nivel local, ele cuprinzând un număr relativ mare de cetățeni. În funcție de gradul de comunicare între autoritățile locale și

asociațiile de locatari, acestea se implică mai mult sau mai puțin în rezolvarea problemelor care le afectează și, uneori, fac presiuni în vederea adoptării unor decizii favorabile.

De asemenea, în anumite probleme, cum ar fi aceea a avorturilor, *asociațiile religioase* pot avea un cuvânt de spus prin influența pe care o au în rândul populației și prin care pot determina guvernul să adopte anumite decizii. Din această perspectivă, și *Biserica* poate reprezenta un grup de interes mai aparte, la fel cum pot fi privite *organizațiile sportive, artistice sau umanitar-caritabile*. Astfel de grupuri recurg la mijloace diverse de exprimare a revendicărilor și de influențare a deciziei în favoarea lor – greve, manifestații de stradă, proteste, contactarea unor instituții.

## **Principii**

**Principiile** care trebuie respectate în activitatea de lobby sunt următoarele:

- *transparența* relațiilor și contactelor dintre oficialitățile și reprezentanții autorităților și instituțiilor publice și lobby-iști în vederea evitării unor posibile conflicte de interese;
- *credibilitatea* activității de lobby prin evaluarea profesionalismului și onestității lobby-iștilor acreditați;
- *responsabilitatea* lobby-iștilor față de client în susținerea interesului legitim al acestuia;
- *integritatea* tuturor părților implicate, manifestată prin interzicerea dării sau primirii de foloase necuvenite pentru influențarea unei decizii sau act normativ;

- *respectul* față de legislația în vigoare și față de autoritățile și instituțiile publice supuse activității de lobby.

## **Context**

Activitatea de lobby depinde de context și circumstanțe/condiții;

- Lobby-iștii au tendința de a fi eficienți în momentul în care activitatea de lobby este orientată spre subiecte tehnice, nepolitice și „low profile” (nu sunt vizibile, de prim-plan).
- Lobby-iștii tind să acționeze ca interpreți, explicându-le clienților reguli și proceduri concomitent cu explicarea dorințelor și a obiectivelor clienților în fața persoanelor cu autoritate și putere de decizie. Lobby-iștii tind să fie mai valoroși în momentul în care tratează aspecte tehnice low-profile, întrucât în acest caz este mult mai puțin probabil ca respectivii clienți să știe cui și cum să se adreseze în afara organizației.
- Vor informație pentru a-i putea informa, la rândul lor, pe cei care participă la luarea deciziei, iar lobby-iștii știu cum să ofere acest material astfel încât clientul lor să „arate bine”. Cea mai eficientă activitate de lobby este cea în care sunt implicate oficialitățile. Lobby-iștii vor fi mult mai eficienți în tratarea subiectelor sau a aspectelor pe marginea cărora este puțin probabil ca sectorul politic să adopte o poziție fermă. În același context, acest sector este puțin probabil să fie un oponent organizat în ceea ce privește subiectele „low profile”, nepolitice sau tehnice.

Cu cât activitatea de lobby este mai vizibilă însă, cu atât va provoca o reacție mai puternică din partea celuilalt grup, pe care îl va determina să „iasă la luptă”.

Lobby-iștii subestimează adesea puterea pe care o au sau o pot avea dacă sunt

„liniștiți”. În momentul în care ies în față, succesul și eficiența lor vor scădea, întrucât jocurile „high profile” sunt mult mai complexe, numărul actorilor implicați crește considerabil, în timp cel al subiectelor care pot fi tratate simultan scade pe măsură, determinând scăderea în consecință a succesului probabil.

Activitatea de lobby are un efect redus/ nesemnificativ asupra proiectelor și temelor mari, cum ar fi politica externă sau schimbările economice majore. În aceste cazuri este puțin probabil că lobby-istii vor aduce informații noi, astfel încât valoarea activității lor rezidă în specularea aspectelor politice sau emoționale.

Activitatea de lobby axată pe subiecte „low profile” este de cele mai multe ori bazată pe fapte/ date concrete și se concentrează pe funcționarii publici. Activitatea de lobby poate încuraja oficialii să ia în considerare aspecte noi ale cazului dezbătut. În aceste cazuri low profile, lobby-istii nu presează organismele/ persoanele cu putere de decizie. Pur și simplu „cosmetizează”/ îmbunătățesc prezentarea clienților lor.

### **CONTRACTUL DE LOBBY:**

Activitatea de lobby se derulează în baza unui contract de lobby. Este interzisă desfășurarea oricărei activități de lobby, înainte de încheierea contractului prevăzut. Contractul de lobby trebuie să cuprindă, sub sancțiunea nulității absolute, următoarele clauze:

- a) identificarea părților contractului;
- b) obiectul activității de lobby;
- c) ținta activității de lobby;
- d) obiectivul urmărit ;

- e) durata contractului;
- f) prețul contractului.

Nici o persoană aleasă sau numită într-o funcție de demnitate publică sau funcție publică nu poate desfășura activități de lobby, direct sau prin intermediul unor terți.

Înregistrarea lobby-iștilor, persoane fizice și juridice, este obligatorie și se face prin înscrierea într-un *registru special de evidență*, deschis de Ministerul Economiei și Finanțelor. După constituirea unei asociații naționale a lobby-iștilor, registrul de evidență va fi ținut de această organizație profesională.

### **Argumente în favoarea reglementării lobby-ului**

- a. Accesul liber și deschis la toate puterile din stat este o caracteristică a bunei guvernări, fiind o foarte importantă chestiune de interes public, iar a face lobby pe lângă deținătorii de funcții sau demnități publice este o activitate legitimă, prevăzută în Constituție.
- b. Guvernul României este preocupat de reglementarea lobby-ului ca parte a Programelor de Prevenire și Acțiune împotriva Corupției. Reglementarea lobby-ului este oarecum conjugată cu reglementarea imunității parlamentare, a conflictului de interese, a finanțării partidelor politice și campaniilor electorale, a modalităților de control asupra acestor finanțări, respectiv cu „elaborarea unei grile de evaluare a proiectelor de acte normative, astfel încât acestea să nu poată fi folosite pentru satisfacerea unor interese de grup sau clientelare”.



c. Preocupările Comisiei Europene de a identifica principiile și cadrul de reglementare în ceea ce privește transparența activităților autorităților publice și reprezentarea grupurilor de interese.

### **Argumente împotriva reglementării lobby-ului:**

a. Există pericolul ca, prin reglementarea activității de lobby, să se restrângă, indirect, dreptul de petiționare, prin interpunerea quasi-obligatorie a lobby-iștilor între cetățeni și decidenți. Reglementarea lobby-ului ar putea conduce la crearea unei pături privilegiate de lobby-iști agreeți de anumite instituții și/sau persoane care ocupă funcții ori demnități publice, contravenind principiului liberului acces la autoritățile publice. De asemenea, luarea în evidență a societăților care oferă servicii de consultanță specializate în lobby ar putea impieta asupra libertății comerciale și/sau contractuale, printr-o excesivă centralizare a informațiilor despre activitățile acestora.

b. Activitățile de lobby care se desfășoară în România sunt deja reglementate prin prevederile din dreptul comun-contractarea serviciilor specializate se face în baza prevederilor Codului Civil. Limitarea activităților de lobby, astfel încât să nu se încalce interesul public (ori național), se realizează atât prin raportarea la Legea 24/2000 privind normele de tehnică legislativă, la procedurile parlamentare din Regulamentele celor două Camere, la Legea 215/2001 privind administrația publică locală și la Legea 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică.

### **Lobby vs Public Affairs**

“Activitatea de *lobby* este doar un capitol al *Afacerile Publice* - unul dintre domeniile cele mai noi ale Relațiilor Publice, codificat și standardizat în urma cu

un deceniu și jumătate de Confederația Europeană de Relații Publice - CERP: „*Afacerile Publice (Public Affairs)* reprezintă acel domeniu al Relațiilor Publice care vizează publicuri bine determinate: guvernul (național sau regional), parlamentul, municipalitatea, persoane din administrație, funcționari de stat, grupuri de presiune (la nivel local, național, european sau transeuropean)” – Asociația Română a Profesioniștilor în Relații Publice.

### Ce înseamnă de fapt **Afacerile Publice**?

Înseamnă desfășurarea unei activități care constă în realizarea unor eforturi planificate și formalizate ale unei organizații cu scopul de a-și exercita drepturile și îndatoririle de bun cetățean în cadrul comunității, al națiunii și al societății și de a încuraja angajații să îndeplinească aceste drepturi și îndatoriri” (*Document cu privire la Afacerile Publice, adoptat de Consiliul CERP– Tampere, 19 octombrie 1991*). Iar în concluzie, putem afirma că astfel de acțiuni nu se pot finaliza fără o consistentă activitate de *lobby*.

O definiție general acceptată a lobby-ului este cea oferită de către CERP, în care se spune că activitatea de *lobby* reprezintă o funcție managerială, dar și o importantă zonă a spațiului public, al cărei rol este realizarea și menținerea consensului social prin armonizarea intereselor particulare cu interesul public, așa cum rezultă acesta la un moment dat, în urma comunicării dintre actorii sferei publice. Cu alte cuvinte, activitatea de lobby urmărește direcționarea atenției spre realizarea unui program sau a unei politici, spre o reglementare a unei autorități sau spre o inițiativă legislativă (promulgarea, modificarea sau abrogarea unei legi).

*Influență socială* – acțiune exercitată de o entitate socială (persoană, grup etc.) orientată spre modificarea acțiunilor și manifestărilor alteia. Influența socială

este asociată cu domeniul relațiilor de putere și control social de care se deosebește întrucât nu apelează la constrângere. Se asociază cu procesele de socializare, învățare sau comunicare. În acest sens, mulți teoreticieni apreciază că influența socială poate fi considerată ca o formă specifică a puterii, a cărei resursă principală este persuasiunea.

*Persuasiune* – activitate de influențare a atitudinilor și comportamentelor unor persoane în vederea producerii acelor schimbări concordante cu scopurile sau interesele agentului inițiator (persoane, grupuri, instituții sau organizații politice, sociale, culturale, comerciale etc.). Persuasiunea se realizează în condițiile în care se ține cont de caracteristicile de receptivitate și reactivitate ale persoanelor influențate. Persuasiunea este o activitate organizată astfel încât să ducă la adoptarea personală a schimbării așteptate.

*Manipulare* – acțiunea de a determina un actor social (persoană, grup, colectivitate) să gândească și să acționeze într-un mod comparabil cu interesele inițiatorului, iar nu cu interesele sale, prin utilizarea unor tehnici de persuasiune care distorsionează intenționat adevărul, lăsând impresia libertății de gândire și de decizie.

Spre deosebire de influența de tipul convingerii raționale, prin manipulare nu se urmărește înțelegerea mai corectă și mai profundă a situației, ci inocularea unei înțelegeri convenabile, recurgându-se atât la inducerea în eroare cu argumente falsificate, cât și la apelul la paliere non-raționale. Intențiile reale ale celui care transmite mesajul rămân insesizabile primitorului acestuia. Din punct de vedere politic, manipularea reprezintă o formă de impunere a intereselor unei clase, grup, colectivități nu prin mijloacele coerciției, ci prin cele ideologice, de inducere în eroare. Din acest motiv, “recurgerea la manipulare în situațiile de divergență de

interese devine tot mai frecventă în societatea actuală, manipularea reprezentând un instrument mai puternic decât utilizarea forței”. (*Cătălin Zamfir, Lazăr Vlăsceanu, ed, Dicționar de sociologie*)

*Practici manipulative:*

1. Zvonul
2. Intoxicarea
3. Dezinformarea
4. Propaganda

### **Zvonul**

- afirmație prezentată drept adevărată fără a exista posibilitatea să i se verifice corectitudinea (*C. Zamfir, L. Vlăsceanu, Dicționar de sociologie*)

- „un anunț legat de evenimentele la zi, destinat a fi crezut, colportat din om în om, de obicei din gură în gură, în lipsa unor date concrete care să ateste exactitatea lui”(Allport și Postman).

- „produsul importanței și al ambiguității”: dacă importanța este 0, în niciun caz nu se poate vorbi despre un zvon; la fel despre ambiguitate: declarațiile oficiale elimină zvonurile, pe când lipsa lor nu face decât să potențeze apariția și circulația lor (*Peterson și Gist*).

### **Intoxicarea**

- „acțiune insidioasă asupra spiritelor, tinzând să acrediteze anumite opinii, să demoralizeze, să deruteze” (*Vladimir Volkoff, Tratat de dezinformare* )

- vizează adversarul

- constă în a-i furniza acestuia informații eronate, care îl vor face să ia decizii dezavantajoase pentru el și favorabile celui care provoacă intoxicarea.

- spre deosebire de dezinformare, scopul intoxicării este acela de a determina să greșească una sau mai multe persoane, nu o colectivitate.

### **Dezinformarea:**

- orice intervenție asupra elementelor de bază ale unui proces comunicațional care modifică deliberat mesajele vehiculate, cu scopul de a determina la receptori (numiți ținte) anumite atitudini, reacții, acțiuni dorite de un anumit agent social (*C. Zamfir, L. Vlăsceanu*)

- folosește agenți de influență:

– lideri de opinie din mediile intelectuale;

– un personaj apropiat factorilor de decizie;

### **Propaganda:**

- - activitate sistematică de transmitere, promovare sau răspândire a unor doctrine, teze sau idei de pe pozițiile unei anumite grupări sociale și ideologii, în scopul influențării, al schimbării, al formării unor concepții, atitudini, opinii, convingeri sau comportamente.

„Lobby-ul este un ansamblu de activitati legale și transparente de monitorizare, analiză, documentare, comunicare directă și oferire de informații cu privire la posibile efecte viitoare ale unei decizii sau în vederea susținerii și promovării unor drepturi, opinii sau interese, efectuate cu intenția expresă de a influența opinia sau acțiunea puterii legislative sau executive...”.

Legiferarea lobby-ului induce și o stopare a intervențiilor politice ale unor cercuri de afaceri care contravin interesului public, prin instituirea de reguli și sancțiuni corespunzătoare pentru orice tip de influență care se abate de la cadrul legal.

Lobby-ul este, înainte de a fi o activitate de influențare/convingere, o punere în relație a actorilor spațiului social: distanțele sociale fiind mari, iar contextul informațional extrem de complex, este nevoie de un mecanism de traducere și de apropiere. Acest mecanism este lobby-ul, pentru că el este încorporat în social, dar în același timp relaționat cu politicul.