



CONSULTORIA PARLAMENTAR



CONSELHO BRASILEIRO DE OFTALMOLOGIA

6ª CONVENÇÃO CBO

27 E 28 DE JANEIRO DE 2023

A importância das ações de *advocacy*, atuação da consultoria parlamentar do Conselho Brasileiro de Oftalmologia – CBO, e como abordar temas de interesse com Parlamentares.



Advocacy e Lobby

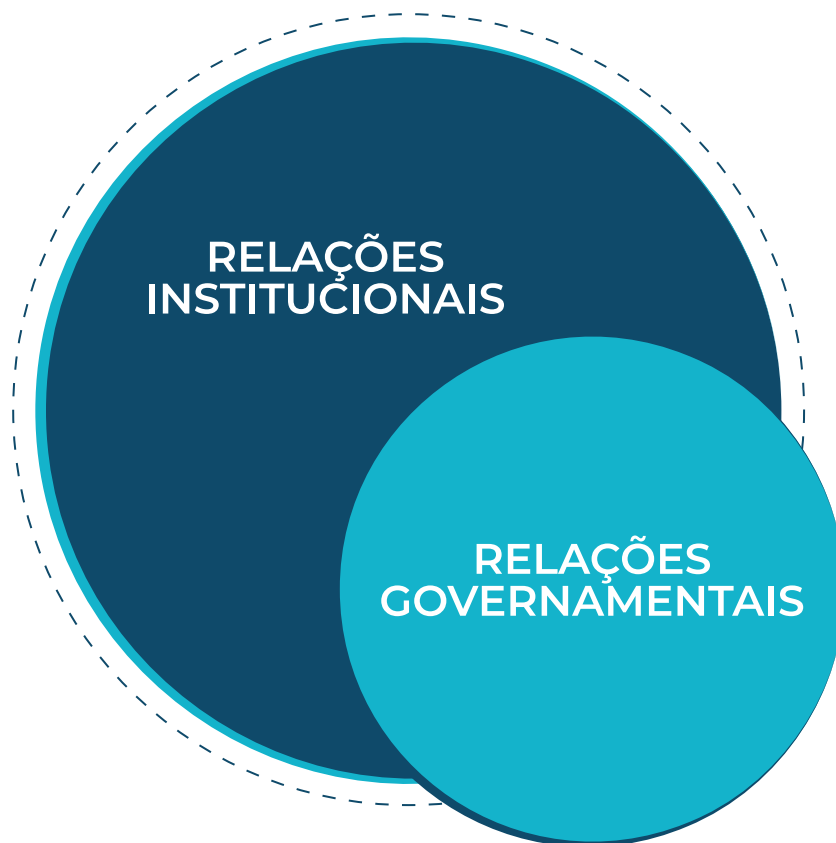
Participação em políticas públicas

RELAÇÕES INSTITUCIONAIS

Relacionamento com instituições, articulando estratégias para estabelecer parcerias em programas de sustentabilidade e responsabilidade social, identificando e avaliando oportunidades de parcerias como subsídio para a consolidação da imagem da organização no mercado.

RELAÇÕES GOVERNAMENTAIS

Estabelece um diálogo contínuo entre organizações da sociedade civil e o poder público, de maneira organizada e planejada, para construir sólidos e duradouros vínculos com os principais atores que formulam as políticas públicas, elaboram leis e regulam os mercados.



ADVOCACY

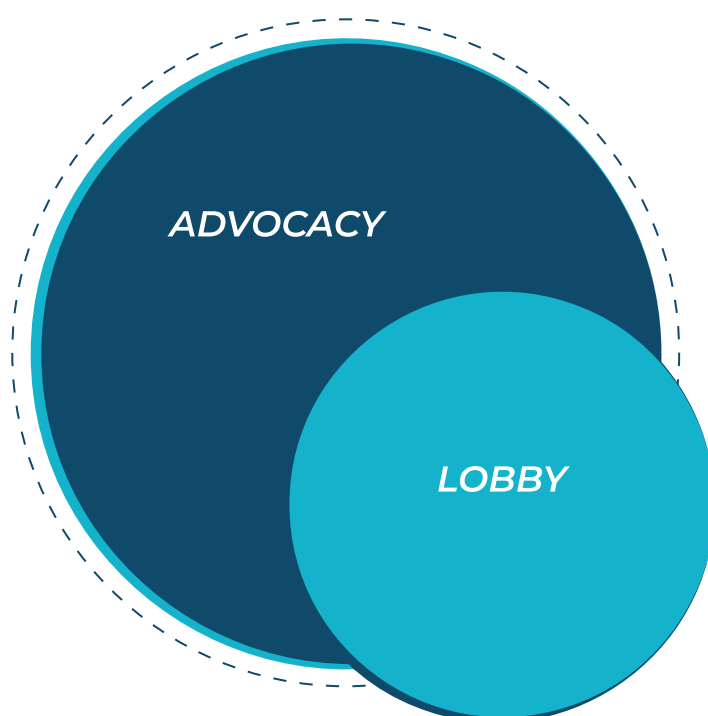
É o conjunto de ações realizadas por organizações do campo social, estrategicamente definidas e articuladas, com o objetivo de influenciar aqueles que possuem poder para decidir, a fim de que promovam mudanças nas políticas públicas municipais, regionais, nacionais e internacionais.

- Defesa de causas que visem ao bem comum;
- Estratégicas e táticas que privilegiam contatos indiretos com o tomador de decisão;
- Mobilização da opinião pública para incidir sobre o tomador de decisão indiretamente.

LOBBY

O *lobby* é a defesa de interesses a membros do Poder Público, a relação direta com os tomadores de decisão acerca de políticas públicas. É um instrumento de representação legítimo de interesses, que faz parte do processo democrático.

- Defesa de interesses particulares;
- Estratégias e táticas que privilegiam contatos diretos com o tomador de decisão;
- Pressão direta sobre o tomador de decisão.



Ações de *advocacy* e *lobby* podem ser executadas em qualquer fase da política pública!





Constituição Brasileira



CONSELHO BRASILEIRO DE OFTALMOLOGIA

“Todo poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos ou diretamente, nos termos desta Constituição.” (Art. 1º § único)

- liberdade de manifestação de pensamento (inciso IV);
- expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação (inciso IX);
- liberdade de reunião (inciso XVI);
- liberdade de associação para fins lícitos (inciso XVII);
- petição aos poderes públicos, em defesa de direitos ou contra ilegalidade ou abuso de poder (inciso XXXIV, alínea a).

1

Planejamento e desenvolvimento de estratégias em Relações Governamentais e *Advocacy*.

Análise e projeção de cenários para o sistema político brasileiro.

2

3

Capacitação e orientação sobre Relações Governamentais e *Advocacy*.

Mapeamento estratégico de *stakeholders* nos Poderes Legislativo e Executivo.

4

5

Agendamento de reuniões com *stakeholders* nos Poderes Legislativo e Executivo.

Envio de boletins informativos sobre eventos e ações nas áreas de atuação do CBO.

6

7

Pesquisa e monitoramento de projetos de lei na Câmara dos Deputados e no Senado Federal.

Monitoramento de publicações no Diário Oficial da União sobre as áreas de atuação do CBO.

8

A palavra *lobby* tem origem na Inglaterra. O termo “*lobbyst*” foi empregado pela primeira vez naquele país para se referir a jornalistas que permaneciam nos saguões (*lobbies*) da Casa dos Comuns, esperando a oportunidade de entrevistar os legisladores. O uso moderno da palavra, contudo, remonta aos Estados Unidos do início do século XIX.

A Associação Médica Americana é o grupo não econômico mais antigo em funcionamento nos Estados Unidos, seu *lobby* é exercido desde 1850. No Brasil, esta prática se firmou para valer a partir da Assembleia Nacional Constituinte de 1988 e segue crescendo: a participação de empresas, associações, sindicatos e ONGs – os chamados “grupos de pressão” – na elaboração de projetos de lei e de políticas públicas. Em outras palavras, o *lobby* está cada vez mais comum no país.

No trabalho de persuadir legisladores e autoridades públicas encarregadas da formulação de políticas públicas, os grupos de pressão apresentam uma variedade de estratégias. Em primeiro lugar, sua atuação pode ocorrer dentro e fora do Congresso Nacional. Em segundo, pode almejar o processo legislativo ou a implementação das políticas. No primeiro caso, o trabalho pode ser dirigido a parlamentares individualmente, a bancadas especializadas ou a partidos políticos.

Os meios empregados são muitos e variados e vão desde estudos fundamentados, passando pela utilização das técnicas de convencimento/persuasão, até manifestações de massa. Ou seja, são fatos, argumentos e poder. Seu público-alvo são os legisladores, a opinião pública e as autoridades da administração pública.



O acompanhamento do processo decisório no Congresso é complexo e requer, além de sensibilidade política, capital de relações, senso de oportunidade e o pleno domínio sobre:

- as instituições, suas estruturas e atribuições;
- as regras e procedimentos para a tomada de decisão;
- os principais atores políticos;
- o conteúdo da matéria em pauta.

O conhecimento do conteúdo da política pública, ou seja, daquilo que se pretende aprovar ou rejeitar é fundamental. O debate é rico e quem não tiver argumentos consistentes, para demonstrar que sua tese é boa, pode perder já nas comissões, primeiras instâncias do exame da matéria. Esse é o requisito número um. **Sem domínio pleno do tema, já entra derrotado na disputa.**

Embora o compromisso do parlamentar federal seja com a Nação, e não somente com sua região, eleitorado ou Estado, o fato é que os interesses provincianos é que prevalecem. O contato direto com parlamentares deve observar algumas diretrizes e regras, como a forma de abordagem, o modo de apresentação do conteúdo e a escolha dos alvos a serem procurados. Porém, quatro pontos importantíssimos a destacar:

- Primeira e principal advertência que se faz à pessoa que vai atuar em trabalho parlamentar é que ela é quem depende do voto do deputado ou senador, e não o contrário. Portanto, não chegar exigindo isso ou aquilo;
- Segunda advertência é que para a aprovação do projeto necessita-se do voto da maioria e, em consequência disso, não se pode deixar de procurar um parlamentar em razão de seus votos no passado, seu partido, ideologia ou opção política;



- Terceira é que o objetivo do contato é persuadir ou convencer o parlamentar, e nesse trabalho não se deve tratar os deputados ou senadores com hostilidade ou de forma rude, independentemente de divergências partidárias, ideológicas, regionais, religiosas ou de outra ordem;
- A última é que o trabalho deve ser planejado, ter alvo específico e definido, evitando perder tempo procurando os parlamentares errados.

Quanto à forma:

- Vestir-se adequadamente, no caso do homem, paletó e gravata, sob pena de não circular nas dependências do Congresso;
- Identificar-se citando a função que exerce ou a entidade a que pertence;
- Saber antecipadamente a história do parlamentar e, se possível, a opinião dele sobre o pleito;
- Iniciar a conversa, de preferência, lembrando algum episódio bom do parlamentar;
- Lembrar sempre que é você quem precisa do voto dele e não o contrário.

Quanto ao conteúdo:

- Saber exatamente o que deseja;
- Conhecer o conteúdo da proposição, suas implicações e impactos, para mostrar a justeza do pleito;
- Apresentar, na medida do possível, argumentos técnicos que sustentem ou justifiquem o pleito;
- Demonstrar, se possível, o impacto da proposição sobre as finanças, os consumidores, os usuários e a sociedade.

Quanto ao público-alvo, deve-se procurar, prioritariamente:

- Os parlamentares das relações pessoais ou de sua entidade;
- O relator da matéria;
- Os membros das comissões onde a proposição se encontra em discussão. Começando pelo presidente;



- Os líderes partidários;
- Os demais parlamentares interessados na matéria.

Importante:

Instruir o parlamentar com material de consulta, seja impresso ou digital, e manter o tema "vivo" por meio da sustentação da comunicação pós-visita: e-mails, notícias e informações sobre a Oftalmologia.

Os pleitos patrocinados, em relação ao conteúdo, precisam ser legais e legítimos. Defensáveis ética e moralmente e não devem constituir privilégio ou favores para setores específicos, nem podem levar à concorrência desleal ou fraudulenta. De preferência, devem coincidir com o interesse público.

“Quanto menos as pessoas souberem como se fazem as salsichas e as leis, melhor dormirão à noite”. – chanceler alemão Otto von Bismarck.

Realmente, como em toda atividade humana em que há disputas, no processo de elaboração das leis também existem manobras, artimanhas, manipulação e até ilegalidades, mas isto não é regra, assim como nem toda a salsicha apresenta descuido com a higiene.



6ª CONVENÇÃO

27 E 28 DE JANEIRO DE 2023

A Consultoria Parlamentar do Conselho Brasileiro de Oftalmologia – CBO está sempre disponível para orientar, tirar dúvidas e construir estratégia individual para abordagem junto aos Parlamentares, sejam municipais, estaduais ou federais.

Entre em contato conosco:

Napoleão Puento de Salles

E-mail: napoleaosalles@nkconsultores.com.br

Celular: (61) 98177-0791



CONSELHO BRASILEIRO DE OFTALMOLOGIA