

## O "lobby" das entidades para influenciar os resultados eleitorais

por Luciano Delion  
de São Paulo

A menos de vinte dias das eleições, alguns setores da sociedade de empresários a representantes do movimento sindical, resolveram atuar de forma clara no sentido de tentar influenciar nos resultados do dia 15 de novembro e na composição da futura Assembleia Constituinte, apoiando declaradamente alguns candidatos.

É o caso dos empresários do turismo, que criaram a Comissão de Mobilização Política dos Parceiros do Turismo e elaboraram uma lista oficial de candidatos que receberão o apoio do setor. A comissão reúne onze entidades, entre sindicatos e associações de agências, hotéis e empresas de transporte.

Segundo o presidente da Associação Brasileira dos Agentes de Viagem (ABAV), Modesto Mastroso, o objetivo do movimento é "eleger representantes que conheçam o setor e possam colaborar para que tenhamos uma legislação nova para o turismo, sem complicações como a atual e sem tanta intervenção do governo".

Para isso, a ABAV selecionou quatro candidatos para deputado estadual, três para federal e três para senador, adotando o princípio do voto "salada", ou seja, há candidatos do PMDB, do PDS, do PFL, do PTB e do PDC. Aos candidatos, a ABAV promete dar um bom reforço na caça aos votos, usando a estrutura das empresas associadas às entidades.

"São as empresas do setor de turismo têm uma lista de mais de 300 mil clientes", diz Mastroso, "e estamos contatando todos eles, os funcionários e os amigos para indicar o nome dos nossos candidatos."

Mastroso nega enfaticamente que o setor de turismo esteja praticando "lobby", enquanto um dos candidatos que recebe o apoio das entidades, Caio Pompeu de Toledo, do PMDB, diz que "depende do tipo de 'lobby' que se considere".

Pompeu diz que é normal que as entidades queiram eleger seus representantes, "porque no momento em que elas precisam discutir a legislação ou precisam falar com um ministro, nada como contar com um parlamentar que entenda do assunto". O fato de o apoio estar sendo feito declaradamente, para Pompeu, "é reflexo da Constituinte, um momento importante que envolve toda a sociedade".

Já o Departamento de Assessoria Sindical (DIAP), não recusa assumir a palavra "lobby". "Nós fazemos 'lobby' mesmo", diz Antônio Octaviano, vice-presidente da entidade. "Não podemos deixar que só os industriais, os grandes comerciantes e os banqueiros tenham o seu 'lobby' no Congresso. Os trabalhadores também precisam organizar-se para defender seus interesses."

O DIAP tem cerca de trezentos sindicatos de trabalhadores filiados e sua contribuição para eleger os parlamentares mais identificados com os interesses do movimento sindical foi a elaboração do livro "Quem é Quem" no Congresso, lançado ontem em São Paulo. O DIAP editou 115 mil exemplares deste livro, que dá o perfil ideológico dos 479 deputados federais da atual legislatura e a posição que cada um assumiu na votação de projetos de interesse do movimento sindical.

"Nós acreditamos que o livro terá alguma repercussão eleitoral", afirma Octaviano, "porque ele será usado na campanha pelas entidades e por aqueles candidatos que têm uma boa ficha em relação aos seus concorrentes".

O reconhecimento do "lobby" como instrumento de pressão legítimo também é compartilhado pelo candidato a deputado federal Audálio Dantas, do PMDB. Na próxima semana ele se encontrará com representantes de setores da publicidade para discutir uma legislação que abraça a entrada de material de propaganda estrangeira no País. "Eu sempre fiz o lobby dos jornalistas, dos publicitários, dos militares não amaldiçoados quando fui deputado. É uma coisa que depende dos compromissos do parlamentar", diz Audálio, que afirma aceitar, em troca do apoio político, mais nenhum outro tipo de ajuda.

Enquanto alguns setores assumem, pela primeira vez, a prática do "lobby" como algo natural, outro setor vai ainda mais adiante. É o caso dos revendedores de veículos que, segundo José Carlos Gomes de Carvalho, presidente da Associação Brasileira dos Revendedores de Veículos (Abrav), já abandonou a prática de apoiar determinados candidatos (ver página 23). Ele revela que os próprios revendedores estão procurando eleger-se e que eles formam, nessas eleições, um grupo de cinquenta candidatos.