

Lobby pentru cultură. Vedere din interior

Publicat în limba engleză în "Policies for Culture Journal", noiembrie 2002.

Ce părere au parlamentarii despre instituția lobby-ului și despre acțiunile de lobby care îi vizează și ce așteaptă de la inițiatorii acestora?

*Răspunsurile la aceste întrebări ar oferi poate sectorului cultural o mai bună înțelegere a felului în care ar trebui gândite și realizate acțiunile de lobby pentru a obține cel mai bun rezultat cu putință. Din acest motiv, **Policies for Culture** a realizat o mică anchetă, ale cărei rezultate sînt prezentate mai jos. Au fost consultați cîțiva membri marcanți ai Parlamentului român: Radu Feldman Alexandru, Eugen Marius Constantinescu, Grigore Zanc, membri ai Comisiei pentru cultură, arte și mass media din cadrul Senatului României; și Mihai Mălaimare, Márton Árpád, Mona Muscă, Ioan Onisei, membri ai aceleiași comisii la nivelul Camerei Deputaților.*

Interviurile au fost realizate de Oana Radu, Asociația ECUMEST, București

S-au făcut multe din 1990 încoace pentru îmbunătățirea procesului de luare a deciziilor în România, cu precădere în domeniul legislativ. Sîntem, remarcă Márton Árpád (membru al parlamentului din 1990 și "permanent" membru al Comisiei pentru cultură), departe de situația existentă în perioada cînd *lobby*-ul întreprins de diverse syndicate sau mișcări naționaliste – primii inițiatori ai *lobby*-ului postdecembrist - lua forma impersonală a distribuirii de fluturași parlamentarilor.

În ciuda progreselor înregistrate, au fost totuși de acord parlamentarii intervievați, *lobby*-ul, și în special cel pentru cultură, nu se face, încă, profesionist și că nu a devenit o instituție "respectabilă", pe deplin recunoscută, în cadrul democrației românești. Potrivit afirmației lui Radu F. Alexandru, de exemplu, "în țările cu tradiție democratică, *lobby*-ul este o instituție tratată și demnă de toată considerația, care presupune un înalt grad de profesionalism și moralitate. Din păcate, ca la orice început de drum, despre profesionalism în România în acest domeniu trebuie vorbit cu o nefericită îngăduință. Cît privește moralitatea, aș observa că de cele mai multe ori *lobby*-ul este confundat cu traficul de influență și cu interesele de grup sau de partid". De remarcat că "trafic de influență" este o sintagmă ce apare des și fără excepție la toți intervievații. Ce formă ar trebui, deci, să ia acțiunea de *lobby*, în opinia parlamentarilor?

Încercînd o definiție

Márton Árpád consideră *lobby*-ul un mijloc legal de a-i convinge, cu argumente, pe cei care iau decizii (la orice nivel). Din punctul de vedere al celui care face *lobby*, observa senatorul Constantinescu, acesta este un mod de a rezolva anumite probleme, un mijloc valid de a-și face opinia cunoscută unei persoane situate într-o poziție de putere, care poate acorda sprijinul necesar. Din perspectiva factorilor de decizie, aprecia Mihai Mălaimare, *lobby*-ul este o mîna de ajutor în sensul luării deciziei corecte.

Toți parlamentarii intervievați au recunoscut că acțiunile celor care fac *lobby* sînt foarte utile, întrucît asigură informarea factorilor de decizie cu privire la opiniile și interesele diferitelor grupuri-țintă. Informațiile precise și propunerile concrete, sprijinite pe argumente valide, îi ajută să ia decizii bine întemeiate. Parlamentarii au apreciat, totodată, faptul că *lobby*-ul ar trebui "tratată cu o anumită rezervă" atunci cînd se concretizează în presiuni asupra factorilor de decizie prin greve, marșuri, proteste sau "intervenții" în numele unor interese private sau de grup.

Parlamentarii și-au format însă păreri destul de diferite despre evoluția și practica curentă a *lobby*-ului în România. Márton Árpád crede că *lobby*-ul ca furnizor de informații și propuneri

s-a dezvoltat și a devenit tot mai frecvent din 1996, în cadrul ultimelor două legislaturi. Mihai Mălaimare consideră că majoritatea acțiunilor de *lobby* a căror țintă a fost el însuși au fost “mai mult sau mai puțin interesate”, în timp ce experiența lui Ioan Onisei s-a concretizat în abordări oneste, fără încercări de a obține avantaje materiale din partea solicitanților. În orice caz, părerea unanimă este că trebuie să se dezvolte un mod de abordare mult mai profesionist.

Cultura - un domeniu aparte?

Cu aceste observații ca punct de plecare, ancheta s-a concentrat pe *lobby*-ul îndreptat în sensul promovării unor legi vizînd sectorul cultural. Primul aspect de clarificat a fost dacă, din punctul de vedere al reglementării, cultura este într-adevăr “un domeniu aparte”. Răspunsul a fost unanim: cultura *este* un domeniu aparte, dar, în procesul legislativ, ea este și ar trebui să fie tratată ca orice alt domeniu, fără reguli sau mecanisme specifice. Ioan Onisei a subliniat, însă, că ar trebui să se renunțe la interesele de partid atunci cînd se iau decizii legate de cultură. Potrivit majorității parlamentarilor, așa se și întîmplă de obicei. Deși dezbaterile parlamentare au fost, în general, excesiv de politizate, a spus Onisei, “vocea” partidului s-a făcut mai puțin auzită la lucrările Comisiei pentru cultură din cadrul Camerei Deputaților, care a avut un cuvînt greu de spus în luarea deciziilor în cadrul plenului Camerei.

Parlamentarii sînt de acord și asupra faptului că există o lipsă generală de interes pentru cultură la nivelul întregii societăți, ca și printre politicieni. Argumentele în acest sens diferă însă foarte mult.

Există un cerc vicios, afirmă Mihai Mălaimare, actor, director de teatru și politician: cultura nu este luată în seamă, dar ea nici nu este interesată să fie astfel. El recomandă realizarea unei deschideri a instituțiilor culturale în raport cu publicul larg. Cultura ar trebui să fie mult mai angajată social, afirmă el: în prezent este prea elitistă, prea închisă între zidurile instituțiilor.

Radu F. Alexandru crede, la rîndu-i, că politicienii sînt răspunzători pentru această situație: înainte de 1989 exista o cultură oficială, dependentă de ideologie, controlată și cenzurată, dar care, în țarcul în care era permanent plasată, beneficia de o anumită asistență din partea Statului; din 1989 încoace, cultura a fost considerată un capriciu, un *hobby*. Fără să fie declarată pe față, această opinie este trădată de modul în care este tratată cultura. Este o situație care persistă de doisprezece ani, întotdeauna avînd drept scuză nesfîrșitele dificultăți ale tranziției și bugetele de austeritate. Radu F. Alexandru a atras atenția că declarația “N-avem bani pentru cultură” demonstrează absența culturii de pe lista priorităților. Doar protestele de anvergură par să rezolve ceva în această țară. Poziția dezavantajată a culturii are drept cauză faptul că cei care lucrează în sectorul cultural nu au fost niciodată percepuți ca o amenințare pentru *status quo*. Cum se poate ameliora această situație și cine ar trebui s-o facă? Potrivit lui Radu F. Alexandru, politicienii, în general, ar trebui să-și asume această responsabilitate, mai ales factorii de decizie din sfera culturii: sectorul cultural nu-i poate obliga pe cei care iau decizii să-și schimbe modul de a acționa, și nici nu ar trebui să le revină lor sarcina să o facă. Și totuși, care este rolul sectorului cultural în tot acest proces?

Rolul sectorului cultural în procesul legislativ

Parlamentarii chestionați au fost de acord că, pentru elaborarea unei legislații care să răspundă într-un mod eficient nevoilor și problemelor specifice acestui domeniu, sectorul cultural are sau ar trebui să aibă o contribuție în acest proces. Mona Muscă, de exemplu, remarca: “Să primim informații și expertiză asupra diverselor probleme care apar nu este numai util, ci și absolut necesar în cadrul activității parlamentare. Orice decizie de natură politică sau legislativă trebuie să se bazeze pe o analiză serioasă și pe argumente solide, lucru care nu se poate petrece dacă informațiile necesare nu sînt disponibile. Acesta este motivul principal pentru care toate proiectele legislative pe care le-am inițiat ca membră a

Parlamentului au fost dezvoltate în colaborare cu reprezentanți ai societății civile, care au avut chiar posibilitatea să-și susțină punctele de vedere în mod direct, în cadrul dezbaterilor Comisiei pentru cultură a Camerei Deputaților. În cadrul parteneriatului cu societatea civilă, am organizat numeroase dezbateri publice pe marginea unor proiecte de lege, în urma cărora au fost elaborate de comun acord amendamente pe care le-am preluat și le-am susținut apoi în dezbaterile parlamentare. Am avut, de asemenea, discuții și consultări personale cu reprezentanții societății civile. Acțiunile de acest tip s-au dovedit productive, pentru ambele părți. Pe de o parte, eu am beneficiat de expertiza și de sprijinul organizațiilor societății civile în promovarea proiectelor personale, iar de partea cealaltă, societatea civilă și-a putut prezenta Parlamentului, prin mine, propriile puncte de vedere și amendamente”.

“Când concepem sau discutăm o propunere legislativă, trebuie să am pe masă cât mai multe elemente ale acestui *puzzle* – păreri, puncte de vedere, sugestii –, pentru a-mi face o imagine cât se poate de clară asupra chestiunilor care ar trebui să fie reglementate” a declarat, la rîndu-i, Mihai Mălaimare.

Opiniile cu privire la manifestarea sau la dimensiunea acestei contribuții și implicări în elaborarea legilor diferă însă. Ioan Onisei a recunoscut că “în general, noi, politicienii și legislatorii, consultăm foarte puțin specialiștii și opinia publică – de la prima fază a întocmirii unui proiect legislativ pînă la dezbaterea finală asupra proiectului de lege”. Mona Muscă afirmă că a atras atenția în nenumărate rînduri că, “din nefericire, în România nu există parteneriate stabile și durabile cu societatea civilă (incluzînd ONG-urile, diferitele asociații și fundații, institute, grupuri de interes și uniuni, universitari și lideri de opinie), și nici o practică a colaborării cu aceasta”. Pe de altă parte, senatorul Constantinescu a afirmat că beneficiarii unei legii au fost întotdeauna invitați la discuții în cadrul Comisiei pentru cultură a Senatului, în timp ce deputatul Márton a subliniat că el nu a omis niciodată să ceară părerea reprezentanților sectorului cultural în legătură cu legile cărora li se trasa proiectul.

De ce nu sînt mereu luate în considerație poziția și experiența sectorului cultural? Ioan Onisei crede că unul dintre motive este “ignoranța și orgoliul stupid” ale multor parlamentari. “Mulți parlamentari sau membri de vîrf ai Executivului încep să se creadă... atâteștiutori”; cu alte cuvinte, nu consideră că au nevoie să ceară cuiva părerea în legătură cu ceea ce au de făcut. O altă motivație, nu mai puțin importantă, este aceea că uneori parlamentarii întîmpină dificultăți în a găsi un posibil partener de dialog, care să posede suficiente cunoștințe în domeniu.

O măsură care ar putea îmbunătăți situația, aprecia Ioan Onisei, este Legea transparenței deciziilor în administrația publică, aflată, în momentul realizării interviului în dezbaterile Parlamentului și adoptată între timp. Deputatul considera că această lege, care asigură un cadru legal pentru consultații, este necesară, dar că trebuie să se facă mai mult și, poate, e nevoie de mai mult timp pentru a pune capăt inerției. Este nevoie, afirmă Onisei, de exercitarea unei continue presiuni asupra factorilor de decizie, la toate nivelele.

Luînd inițiativa

Ioan Onisei susține că pașii în vederea unei colaborări trebuie făcuți din ambele direcții. Pașii decisivi însă trebuie făcuți de reprezentanții sectorului cultural, beneficiarii, în ultimă instanță, ai reglementărilor adoptate. Și că, de vreme ce adesea parlamentarii, chiar dacă vor să consulte și să implice sectorul cultural, nu știu cui să se adreseze, problema *lobby*-ului este crucială.

Sectorul cultural, ca orice altă parte interesată în procesul legislativ, se poate adresa parlamentarilor în două momente sau situații: atunci cînd legislativul nu intenționează să ia o decizie necesară într-un anumit domeniu și, deci, *lobby*-ul ar trebui să vizeze inițierea unui proiect legislativ; atunci cînd au loc dezbateri pe marginea unui proiect legislativ concret și

specific; în acest caz, *lobby*-ul trebuie să se manifeste prin intervenții în cadrul dezbaterilor parlamentare, pentru a influența adoptarea anumitor prevederi.

Majoritatea parlamentarilor intervievați au remarcat că, în ceea ce privește sfera culturală, majoritatea covârșitoare a cazurilor s-a situat în al doilea tip de intervenție. Onisei estimează că în România lucrurile stau astfel cu atât mai mult cu cât Guvernul inițiază, de obicei, proiectele legislative. Există, totuși, exemple de reușită în acțiunea de inițiere de către societatea civilă a unui anumit proiect legislativ. Un exemplu: legea accesului la informații publice, care a beneficiat de un puternic *lobby* din partea reprezentanților mass media și a asociațiilor implicate în protejarea libertății de exprimare.

Ioan Onisei consideră, totodată, că *lobby*-ul merită să influențeze deciziile în domeniul politicilor culturale este inițiat, de obicei, prea târziu. Adesea, abia când un proiect de lege ajunge într-o fază avansată a dezbaterii, oamenii interesați descoperă, în general prin intermediul mass media, că proiectul respectiv se află în dezbaterile Parlamentului. Încercările de a influența, în acest stadiu, adoptarea diferitelor prevederi, au șanse foarte mici de reușită. Și asta se întâmplă, spune Onisei, deoarece, în general, sectorul cultural nu este cu adevărat interesat de aceste aspecte legislative: el *reacționează* în loc să *acționeze*. Această atitudine a fost invocată și de alți parlamentari interogați. “Avem nevoie de o lege a teatrelor”, afirmă sectorul cultural, dar nu face nimic în acest sens. Toate aspectele procesului legislativ, sugerează Onisei, trebuie să fie îndeaproape urmărite de sectorul cultural. Asociațiile profesionale, uniunile de creatori și celelalte forme de asociere ale artiștilor și operatorilor culturali ar putea să urmărească mai bine aceste aspecte; cei care lucrează în instituții publice subordonate Ministerului Culturii și Cultelor, inițiatorul multor proiecte de lege, ar putea coopera în acest proces.

Atât Onisei, cât și Márton au subliniat că sectorul cultural are nevoie, mai presus de orice, de o *voce clară și coerentă*, de *structurare*, pentru că este foarte greu pentru factorii decizionali să asculte o sută de puncte de vedere, să le înțeleagă și apoi să ia o decizie. Deși experiența lor de colaborare cu sectorul cultural diferă (Mihai Mălaimare, de exemplu, a declarat că a găsit întotdeauna parteneri de dialog și a lucrat cu organizații-umbrelă reprezentând actorii din câmpul cultural și interesele acestora), toți parlamentarii au căzut de acord că este nevoie de o abordare mai profesionistă din partea acestuia.

Profesionalism și eficiență în acțiunile de *lobby*

Márton Árpád a afirmat că sectorul cultural ar trebui, în primul rând, să urmărească tot ce se întâmplă în domeniul legislativ și să reacționeze prompt la cea mai mică schimbare sau inițiativă. În al doilea rând, el a subliniat că, în cadrul intervențiilor pe lângă factorii de decizie, succesul apare atunci când aceștia sînt convinși că cel care face *lobby* știe ce vrea și are argumente solide pentru propunerile sale.

Mona Muscă are experiență, ca parlamentar, în a căuta sprijin pentru inițiative legislative importante în interiorul parlamentului. Ea descrie astfel demersul său: “În activitatea mea parlamentară am lansat o serie de campanii axate pe subiecte concrete (precum liberul acces la informații de interes public), pe care le dezvolt, de obicei, în trepte, plecînd de la o nevoie deja recunoscută și în vederea susținerii unui anumit punct de vedere, păstrînd în minte cîteva aspecte: construirea campaniei pe argumente solide, alegerea momentului optim pentru a o lansa și alegerea partenerilor potriviți – adică a reprezentanților societății civile care mi-au oferit expertiză și sprijin concret”.

În concluzie, apreciază parlamentarii intervievați, cheia succesului într-o acțiune de *lobby* este definirea precisă a strategiei – cu obiective, metode și instrumente clare, cu surse, cu grupuri-țintă bine determinate, cu împărțirea responsabilităților etc. – și de a o aplica pînă cînd obiectivele fixate sînt atinse. Întrebările cheie pe care inițiatorii ar trebui să și le pună și la care să dea un răspuns au fost apreciate ca fiind următoarele:

Care este scopul campaniei? Ce se încearcă să se obțină prin acest lobby?

Pare evident că de aici trebuie să se pornească, însă parlamentarii au declarat că au fost adesea abordați de persoane care nu aveau decât o idee extrem de vagă despre un anumit subiect și, de fapt, nu știau ce vroiau să obțină.

De ce?

Parlamentarii cer, în unanimitate, pentru fiecare propunere făcută, pentru fiecare opinie prezentată, argumente clare, solide și realiste, bazate pe o bună cunoaștere a sectorului cultural și pe o serioasă experiență în domeniu.

Așa cum subliniază Ioan Onisei, e greu să-i convingi pe cei care au bani să ofere sprijin; iar pentru sectorul cultural, unde solicitările sînt mai ales de natură financiară, este cu atît mai important să aduci argumente puternice și convingătoare în favoarea solicitărilor făcute. Ce argumente consideră parlamentarii că ar determina o mai importantă susținere a culturii? Mona Muscă declară: “Prin natura sa și spre deosebire de alte domenii, cultura nu aduce un profit material imediat și semnificativ; ea este însă “oxigenul” societății și cea care îi dă specificul și individualitatea. Altfel spus, o societate care nu își promovează și nu își apără propriile valori culturale riscă să piardă tocmai ceea ce o definește și o particularizează”.

Cine face lobby?

Sectorul cultural are, fără îndoială, nevoie de reprezentanți, dacă vrea să aibă influență și un cuvînt de spus. Márton Árpád crede că cel care face *lobby* trebuie să fie o persoană charismatică și convingătoare; să-ți susții poziția cu argumente clare nu este suficient.

Cui i se adresează cel care face lobby?

Lobby-ul trebuie să vizeze și să se adreseze acelor persoane capabile să schimbe, ei înșiși, ceva sau să influențeze factorii de decizie. Mai mult, trebuie vizați acei oameni care ar putea fi convinși, și trebuie adoptate o anumită strategie și un anumit discurs, în funcție de partenerul de dialog. Mihai Mălaimare crede că *lobby*-ul trebuie, în primul rînd, să-i facă pe membrii Comisiei pentru cultură să înțeleagă mai bine contextul problemei vizate; el trebuie să vizeze însă și alți parlamentari, nemembri ai Comisiei – al căror vot (în plen) este la fel de important –, pentru a le trezi interesul față de problematica respectivă.

Cînd?

Alegerea momentului potrivit și a contextului potrivit este vitală.

Pentru cît timp?

Lobby-ul nu se termină după ce a avut loc o primă discuție cu un parlamentar. El trebuie continuat pînă cînd legea adoptată este publicată în *Monitorul Oficial*. (Parlamentarii au dat exemple de puternice *lobby*-uri inițial încununat de succes, dar care nu au continuat atunci cînd proiectul de lege a fost înaintat spre dezbateră celei de-a doua camere, ceea ce a dus la amînarea sau chiar la abandonarea proiectelor respective.)

Cu cine?

Șansele de succes pot crește dacă sînt aleși partenerii potriviți pentru campanie. Un partener-cheie poate fi mass media. Mona Muscă crede că opinia publică, deloc ignorată de factorii de decizie, poate fi influențată de campaniile media axate pe aspecte concrete. Márton Árpád spune că, înainte de a fi abordați direct, factorii decizionali trebuie să fie “pregătiți” prin informațiile care le parvin prin intermediul mass media. Ioan Onisei vede în media un instrument care poate face presiuni asupra Parlamentului, așa cum a făcut și în cazul Legii audiovizualului sau al Legii Cinematografiei.

Majoritatea parlamentarilor sînt de acord că sectorul cultural beneficiază într-o mai mică măsură de sprijin media, iar unii au chiar îndoieli cu privire la impactul pe care aceasta îl poate avea. Márton Árpád subliniază că media românească din ultimii doisprezece este caracterizată prin existența Jurnalistului ca entitate, adică o persoană care scrie bine și scrie ca atare despre orice; și care, tocmai de aceea, sime nevoia să dea un caracter de senzație la

tot ceea ce scrie. Așadar este greu, dacă nu chiar periculos, apreciază deputatul Márton, ca într-o campanie de *lobby* să se folosească media pentru a o susține, fiind nevoie de a lucra cu mass media la fel de mult și serios ca și cu parlamentarii. Mihai Mălaimare consideră, la rîndu-i, că media românească are o problemă de credibilitate, dat fiind că ceea ce face este trafic de influență într-un mod cu totul pătîrîtor și penibil.

În concluzie, pentru o îmbunătățire a relațiilor dintre sectorul parlamentar și cel cultural și o eficientizare a acțiunilor de *lobby* e necesar să fie stabilite căi și modalități mai bune de a dialoga și a forma parteneriate, astfel încît să se poată dezvolta un cadru legislativ mai adecvat; de asemenea, sectorul cultural trebuie să demareze inițiative mai ușor traductibile în termeni politici și juridici.

Trebuie ca *ambele* sectoare să se implice, pentru atingerea acestui scop.

Pentru informații suplimentare:

Referitor la lucrările Parlamentului român și ale celor două Camere ale sale, puteți vizita următoarele site-uri: www.cdep.ro; www.senat.ro; de asemenea, puteți consulta o serie de ghiduri, rapoarte și articole pe această temă la www.policiesforculture.org.

Traducere din limba engleză

Dragoș IVANA

Ca director de programe al Asociației ECUMEST, Oana Radu se ocupă de dezvoltarea și coordonarea implementării tuturor activităților asociației. Este coordonator regional pentru Europa de sud-est al programului Policies for Culture, desfășurat în colaborare cu Fundația Culturală Europeană din Amsterdam. Este inițiatore a programului ARCult, care are ca scop oferirea de asistență specializată sectorului cultural românesc (informație, cercetare aplicată, consultanță) în domeniul politicilor și al legislației culturale. A absolvit Masteratul de management cultural de la Școala de Comerț din Dijon.

© Oana RADU – Asociația ECUMEST, București; 2003 (www.ecumest.ro)