

REFLEXÕES SOBRE AS ORGANIZAÇÕES: UM BREVE OLHAR SOBRE AS AGÊNCIAS REGULADORAS BRASILEIRAS¹

Daniela Cidade²

Resumo

O presente artigo tem como principal objetivo discutir a atuação das agências reguladoras brasileiras, que são estruturas estatais criadas para fiscalizar a prestação de serviços públicos praticados pela iniciativa privada, responsáveis por áreas vitais da infraestrutura e da sociedade, como saúde, telecomunicações, águas, transportes e petróleo, a partir da articulação das concepções de organização (Srour, Chanlat, Augè), cultura (Hall, Geertz, Bauman, Bourdieu) e comunicação (Curvello, Pérez e Massoni), entre outros. Trata-se de um recorte do projeto de dissertação que pretende pesquisar se existe um “lugar de mediação” entre as agências reguladoras, as concessionárias prestadoras de serviços e a sociedade brasileira.

Palavras-chave: cultura; organizações; agências reguladoras; comunicação pública.

Breve contextualização

As agências reguladoras brasileiras foram criadas entre os anos de 1997 e 2003 com o objetivo de fiscalizar a prestação de serviços públicos praticados pela iniciativa privada, além de estabelecerem as regras de cada setor. Algumas áreas vitais da infraestrutura brasileira são prestadas por concessões públicas, o que significa, na prática, a iniciativa privada atuando diretamente na prestação de serviços essenciais e/ou relevantes para os cidadãos, tais como saúde, telecomunicações, águas, transportes e petróleo. (PORTAL BRASIL, 2016)

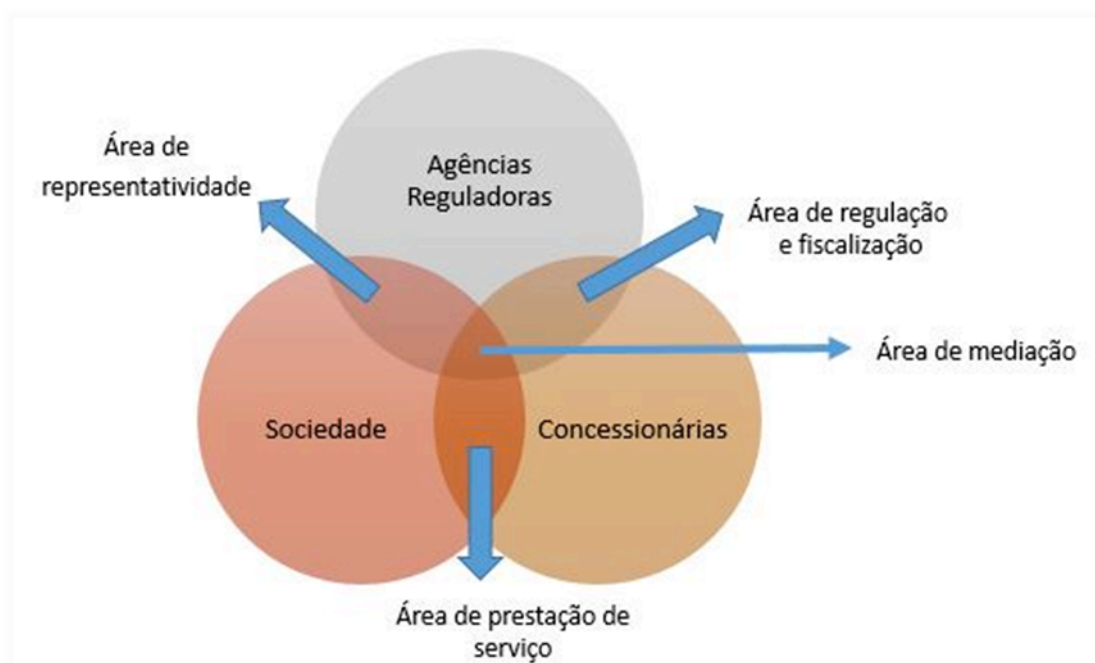
A importância dessas estruturas para a sociedade brasileira repousa no fato de que elas fazem uma fundamental mediação entre os cidadãos e a iniciativa privada, formada

¹ Artigo remetido para publicação em e-book sobre Comunicação Organizacional e Relações Públicas, da Coleção NUPECC - Núcleo de Pesquisa em Ciências da Comunicação, coordenado pelo Prof. Antônio Hohlfeld.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Jornalista graduada pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, pós-graduada em Marketing e em Relações com o Mercado, estudou Comunicação Corporativa por meio do programa Syracuse University/Aberje. Email: dfcidade@gmail.com.

por grupos empresariais que, por meio de licitações públicas, passam a prestar serviços de relevância social. Para melhor visualização desse processo, elaboramos um esquema representativo desse sistema (FIGURA 1).

Título: Representação das inter-relações entre Agências Reguladoras, concessionárias e sociedade.



Fonte: Daniela Cidade (2016)

É a área interrelacional desse processo que nos interessa cruzar com diferentes perspectivas organizacionais, a fim de tentar entender como as agências se configuram e como as peculiaridades desse tipo de organização impactam no serviço que devem prestar à sociedade.

O sistema formado por agências reguladoras-sociedade-concessionárias pode ser analisado sob à luz do pensamento complexo (MORIN, 2001), que considera que o todo é maior que as partes, mas também cada parte é maior que o todo, da onde se depreende que o todo é, ao mesmo tempo, mais e menos do que a soma das partes. Sob essa perspectiva, o sistema formado por agências, sociedade e concessionárias é o todo, que promove um modelo de utilização e de gestão de serviços sociais. Entretanto, cada parte desse todo, isoladamente, é também maior do que o próprio sistema, já que estamos falando da sociedade, de braços da organização do Estado (agências) e de grupos

empresariais das mais diversas tendências, que, isoladamente, exercem grande poder sobre o mercado.

Unidos em relação, conforme o esquema proposto (FIGURA 1), essas esferas (partes) criam áreas de interposição, como prestação de serviço, representação, regulação e serviço e mediação que tornam o todo ainda mais complexo, indo além da soma das partes. Entretanto, se isolarmos cada esfera, poderemos ter forças de poder e complexidade ainda maiores do que o todo. O autor também nos alerta de que a organização produz e é produtora de si mesma; “produz coisas e se autoproduz ao mesmo tempo; o produtor é seu próprio produto” (MORIN, 2001, p.86)

Para Srour (2012), as organizações são sistemas abertos e campos de força. No caso das agências reguladoras, os campos de força junto às concessionárias tendem a representar o interesse público, ou seja, atender os preceitos públicos, agindo em benefício da maioria da sociedade. Conforme o mesmo autor, as organizações podem ser definidas por três dimensões analíticas: econômicas, políticas e simbólicas. Embora as três dimensões estejam imbricadas, há uma predominância que demarca o espaço social ocupado por cada organização.

As organizações com ênfase econômica dependem da produção de bens materiais: são as indústrias, as lojas, os bancos (SROUR, 2012). As organizações de “universo simbólico”, como igrejas, meios de comunicação e universidades, utilizam as representações mentais, pois são produtoras de bens ou serviços simbólicos (SROUR, 2012). As organizações “políticas”, classificação na qual encontramos as repartições públicas, bem como tribunais, parlamentos e escritórios de advocacia, são aquelas que produzem bens ou serviços políticos. Como organização de relevo político, as organizações públicas têm aflorado “sistema de poder”, traduzido em “mecanismos específicos por meio dos quais o mando se exerce” (SROUR, 2012, p.81).

Observando as agências reguladoras, entendemos que existam sistemas de poder transversais nas relações internas de cargos e hierarquias da entidade. Nosso interesse, entretanto, se volta para o quanto esse sistema de poder interfere e/ou não nas possibilidades de diálogo com a sociedade. Percebemos que, enquanto órgão fiscalizador e regulador, é inerente às funções da agência que as mesmas exerçam um “sistema de poder” sobre as entidades privadas que prestam os serviços essenciais à sociedade. Mas

quanto desse “sistema de poder” é exercido também sobre o cidadão, que recebe o serviço regulado pela agência?

Acreditamos que neste espaço se estabeleça uma “complexa equação de interesses” (SROUR, 2012, p. 85), no qual a organização “agência reguladora”, atuando por meio do seu “sistema de poder”, exerça sobre as demais esferas “sociedade” e “concessionárias” (grifo nosso), mas também seja atingida pelo ambiente e pelas esferas citadas. Srouer (2012) ainda nos traz a ideia, relevante para o objeto dessa reflexão, as agências reguladoras, de que “o motor das transformações, sociais e organizacionais repousa em boa parte no conflito de interesses entre os variados tipos de coletividade, numa espécie de macro e de microdialética do cotidiano” (SROUR, 2012, p.75).

Sob essa ótica, poderiam ser as agências “o motor de transformações”? A partir do conflito de interesses entre os desejos da sociedade, o mercado, representado pelas grandes corporações que prestam serviços de relevância públicas (as concessionárias), poderiam essas estruturas organizacionais transformações no âmbito dos serviços prestados à sociedade?

Já sob a perspectiva de Chanlat (2010), as organizações contribuem para a cultura de uma sociedade, bem como mobilizam elementos do ambiente alimentando o imaginário social. Refletindo sobre as agências reguladoras, elas poderiam suscitar nos cidadãos a ideia de que seus direitos perante as prestadoras de serviços (concessionárias) estão garantidos pela fiscalização exercida pela organização agência. Dessa forma, exerceriam um papel de catalisadores da cidadania. Todavia, a “área de mediação” (grifo nosso) não parece tão clara quando se trata de melhorias nos serviços concedidos, haja vista o alto nível de reclamações que diariamente são destinados às prestadoras de serviços como telefonia e planos de saúde, por exemplo, constatados facilmente por meio da mídia diária, aqui entendida como jornais, programação de rádio e televisão e sites jornalísticos.

Ainda com base em Chanlat (2010) podemos admitir as agências reguladoras como “espaço protegido” (CHANLAT, 2010, p.106), associado ao modelo burocrático de organização. Quando nos fala sobre o pensamento burocrático, Chanlat (2010) lembra Weber (1991), ponderando que o “pensamento burocrático é uma ilustração do processo de racionalização da experiência moderna” (CHANLAT, 2010, p. 105). Neste contexto, o autor nos traz as diferenças que a burocracia estabeleceu no mundo organizacional.

Destacamos a burocracia como símbolo da “defesa do bem comum e do interesse geral em contraste com os interesses privados e comerciais associados ao sistema de mercado” (CHANLAT, 2010, p.105). Esse parece ser prioritariamente o exercício da burocracia nas agências reguladoras, que por meio de regulação e fiscalização, impedem que as “regras de mercado” se transponham sobre serviços essenciais como energia elétrica e sistema de transporte rodoviário intermunicipal, por exemplo. Neste caso, “enxergamos” (grifo nosso) o sistema burocrático – munido de portarias, despachos, regras, orientações, ofícios – determinando a defesa do bem comum, ou seja, buscando a garantia de prestação de serviços à sociedade.

Os conceitos já tratados nos levam a uma reflexão sobre qual o verdadeiro “lugar” das agências reguladoras na estrutura social brasileira. Representam parte de um todo, sendo influenciadas por ele, e pelas partes que o formam? São sistemas abertos e campos de força, onde predomina a política e, por consequência, sistemas de poder? Podem atuar como motores de transformação? Seriam meramente espaços protegidos? Qual o lugar das agências reguladoras na perspectiva de melhores serviços prestados à sociedade?

Neste cruzamento de percepções sobre a organização, recorreremos aos conceitos de lugar e não-lugar, de Augè (1994), que nos possibilita pensar sobre a agência reguladora como um lugar onde se estabeleçam vínculos ou um não-lugar de passagem, transitório, onde não há qualquer relação de pertencimento. Os espaços definidos como lugares, segundo Augè (1994), são aqueles que produzem sentido, história e onde relações se estabelecem. Se pensarmos nas agências como “lugares” (grifo nosso), segundo essa perspectiva, teremos de considerar que são espaços onde há produção de experiências sociais, onde percebem-se relações. Apartando-se desta análise o ambiente interno da agência (a relação dos servidores com esse lugar), nos interessa aqui buscar subsídios iniciais para compreender se as agências são “lugares” para os cidadãos. A sociedade reconhece as agências como “lugar” (grifo nosso) de diálogo, de busca de soluções eventuais problemas com as concessionárias? Trata-se de um espaço de relação, no qual as pessoas podem exercer direitos e deveres, constituir diálogo?

“Assim como os lugares antropológicos criam um social orgânico, os não-lugares criam tensão solitária” afirma Augè (1994, p. 87). Quando colocamos em contraponto ao conceito de lugar ao de não-lugar entendemos que, não cumprindo seu papel de

fiscalizadora, reguladora, mediadora dos interesses da sociedade, as agências podem tornar-se “não-lugares”, lugares de passagem, onde não há relação com a cidadania. Nesta perspectiva, fica a dúvida se estariam cumprindo, ou não, com seus objetivos e exercendo a importante função fim, que nos parece ser de preponderância dos interesses públicos sobre os privados.

Cultura contemporânea nas agências reguladoras brasileiras

Conforme Hall (2001, p.70) “o tempo e o espaço são também as coordenadas básicas de todos os sistemas de representação”. Considerando as agências reguladoras como sistemas de representação, que expressam os interesses dos cidadãos perante prestadores de serviços e ainda são parte do Estado, como empresas públicas, temos a oportunidade de analisar algumas possibilidades de constituição da cultura dessas instituições, tendo como premissa a contemporaneidade, uma vez que as agências são estruturas relativamente recentes no sistema estatal.

Se pensarmos no “tempo” (grifo nosso) das agências, nos deparamos com uma curta existência, um ciclo ainda em maturação, pois se tratam de organizações com menos de 20 anos de criação. O espaço, por sua vez, se torna uma dimensão relevante à medida que também deve ser o local do encontro, onde a cidadania poderia contatar as agências, de forma a estabelecer uma relação de diálogo com esses órgãos. Embora tenham escritórios em algumas cidades, as agências se localizam fisicamente na capital do país, Brasília, centro político onde estão estabelecidas as principais instituições brasileiras ligadas aos poderes executivo, legislativo e judiciário. Além disso, encontramos também as agências em sites na internet e em números telefônicos de ouvidorias disponibilizados aos cidadãos.

O que nos interessa entender, ainda de forma preliminar, é como se configura a cultura organizacional das agências reguladoras. Estamos cientes de que o presente artigo é inicial, ou como nos alerta Geertz (2012, p.20) “a análise cultura é intrinsecamente incompleta e, o que é pior, quanto mais profunda, menos completa”. É preciso inferir, partindo do pressuposto de que as agências, como organizações públicas, possuem áreas relacionais mais fechadas, menos participativas, demonstrando maior “engessamento” frente às mudanças correntes na contemporaneidade. Se hoje vemos um mundo interconectado, globalizado, em um movimento que está “poderosamente

deslocando as identidades culturais nacionais” (HALL, 2001), mudanças que trazem forte impacto no cotidiano das organizações, é no setor privado que vemos os ajustes se darem mais rapidamente. Conforme Freitas (2000),

sabe-se que as organizações, em particular as grandes empresas privadas, têm uma facilidade maior de captar e responder mais rapidamente às mudanças sociais do que as demais instituições. Elas respondem não só de maneira operacional, mas também de forma simbólica, via cultura organizacional e o repasse de um imaginário próprio. (FREITAS, 2000, p. 53).

Partindo do pressuposto do ajuste das organizações às realidades cada vez mais líquidas (BAUMAN, 2007), deparamo-nos com um mundo organizacional no qual o planejamento de longo prazo é substituído pelo pensamento de curto prazo (MUMBY, 2013). Nesta empresa contemporânea, o indivíduo fragmentado vive uma crise (HALL, 2001) e assume diferentes identidades em diferentes momentos. Para Hall (2001, p.13) “A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia”. Essa realidade é facilmente identificável nas organizações privadas, mas incerta nas públicas, onde a mudança se dá de forma mais lenta e controlada.

Freitas (2000, p.45) destaca que “Nas empresas, todas as pessoas são estimuladas a fantasiar que podem tomar o lugar do chefe”. É essa miragem que faz com que os indivíduos, muitas vezes, trabalhem muito mais do que o contratado, em busca de sonhos e desejos que parecem servir ao modelo de sociedade de consumo, que atende à homogeneização cultural da pós-modernidade (HALL, 2001). Na esfera pública, entretanto, a fantasia de ocupar o lugar do chefe é dificultada pelo sistema de ingresso no serviço estatal, que se dá por meio de concurso para o qual o candidato concorre por uma vaga que, de alguma forma, estabelece seu cargo e a progressão do mesmo, cuja progressão se dará pelo tempo estabelecido pela instituição, e não pelo desempenho e vontade do indivíduo. É preciso cumprir etapas, fases, e muitas vezes o esforço não será reconhecido por meio de uma promoção, nem com a ocupação de cargos mais elevados, a maior parte deles reservados para as indicações políticas de diferentes governos.

Isto posto, cabe refletir sobre as reverberações dessa realidade nas agências reguladoras. Se entendemos as organizações como culturas (CARRIERI E SILVA, 2013), formadas também pelas bagagens culturais das pessoas que ali estão e a formam, todas as experiências pregressas vividas e armazenadas, a organização se define como um

mosaico cultural (CARRIERI E SILVA, 2013). Nas agências reguladoras, inferimos que as pessoas que ali convivem são indivíduos que primam pela estabilidade, já que prestaram concurso para se estabelecerem em determinada organização e a partir dela desenvolverem-se profissionalmente.

Ainda segundo Carrieri e Silva (2013), perpassando o mosaico cultural há uma cultura dominante, vigente, que antes de oprimir as demais culturas, exerce um papel central de contraponto à resistência. Ou seja,

a cultura dominante não é considerada algo a ser simplesmente seguido pelas pessoas: ela é reconhecida como alicerce para a existência de outras culturas que têm na cultura dominante apenas caminhos para a sua legitimação, uma vez que permite articular instâncias de poder privilegiadas em dado grupo social. (CARRIERI E SILVA, 2013, p. 51).

Conforme Bourdieu (1989), a cultura dominante contribui para a legitimação da ordem estabelecida. Carrieri e Silva complementam afirmando que é essa condição que leva o indivíduo a “introjetar elementos dessa cultura, reforçando-a, mesmo não sendo a cultura do indivíduo” (CARRIERI E SILVA, 2013, p. 60). Considerando essa afirmação, podemos inferir que, ao ingressar em organizações públicas, mais “fechadas” e “lentas” (grifos nossos) frente às mudanças e características da contemporaneidade, é provável que os indivíduos tornados funcionários públicos, adotem características dessa cultura dominante. Todavia, afirmam ainda os autores, havendo oposição à cultura dominante, os mais fracos também subvertem a ordem dominante estabelecida. Ou seja, “não há aqui um movimento de mão única, e sim uma inter-relação que inclui a cultura dominante, mas não se restringe a ela”. (CARRIERI E SILVA, 2013, p. 60)

É provável que cultura que prevalece nas instituições públicas se dá pela dominância daquela pré-estabelecida pelo setor, pelos perfis dos indivíduos que nela ingressaram no passado ou pelas características dominantes dos cidadãos que, mais recentemente, adentraram nas agências públicas brasileiras, estruturas mais recentes, buscando estabelecer uma carreira pública baseada na estabilidade.

O que podemos depreender, preliminarmente, é que essa cultura tem estabelecido as dinâmicas do setor público e em específico a atuação das agências reguladoras brasileiras que, salvo melhor avaliação, deixam a desejar na prestação de serviços à sociedade contemporânea, uma vez que apresentam ritmos e práticas diferentes das

registradas nas organizações privadas. Longe de julgar se essa dissonância é mais positiva e/ou negativa, para o qual teríamos de aprofundar as análises, buscamos levantar considerações iniciais sobre essas estruturas que, embora exerçam uma mediação importante para a sociedade, ainda são pouco vistas pelos estudos de comunicação no setor público.

Aspectos comunicacionais

Partindo da ideia de que “uma organização se institui como prestadora de serviços, posto de trabalho, etc. apenas a partir de suas interações, ao posicionar-se, na comunicação, em relação ao outro” (LIMA, 2008, p. 123), nos parece que é justamente nas áreas de interrelação explicitadas na FIGURA 1, que as agências reguladoras brasileiras têm a oportunidade de exercer a totalidade do seu papel na sociedade. Conforme Curvello (2009), as organizações não são apenas as partes que as compõem, mas as “instâncias em acoplamento estrutural com o ambiente” (CURVELLO, 2009, p.94).

Embora o autor admita que “esse acoplamento, contudo, é centrado muito mais no ruído, na irritação provocada pela complexidade do entorno, do que no entendimento e no equilíbrio harmônico” (CURVELLO, 2009, p.94), é plausível que, pelo papel que necessitam desempenhar, as agências poderiam compreender a comunicação com seus públicos como uma premissa para cumprirem com seu objetivo de fiscalizar a prestação de serviços públicos praticados pela iniciativa privada. Seria possível avaliar a prestação do serviço sem dialogar com o usuário do mesmo?

Percebemos que, neste contexto, o sentido de comunicação é muito menos o da organização comunicada, conforme define Baldissera (2004)³, e mais a da necessidade de uma “comunicação pelo viés relacional” (LIMA, 2008), ou conforme explica a autora

o entendimento de comunicação pelo viés relacional implica concebê-la como um processo de construção conjunto entre interlocutores (sujeitos sociais), a partir de discursos (formas simbólicas que trazem as marcas de sua produção, dos sujeitos envolvidos e do contexto), em situações singulares (dentro de um determinado contexto) (LIMA, 2008, p.114)

³ Para Baldissera, a Comunicação Organizacional, a partir do paradigma da complexidade, contempla três dimensões tensionadas e interdependentes: a organização comunicada (fala autorizada); a organização comunicante (fala autorizada e demais processos comunicacionais que se atualizam sempre que alguém estabelecer relação direta com a organização); e a organização “falada” (grifo do autor), que são processos de comunicação que, não sendo a partir de relações diretas com a organização, referem-se a ela.

O processo de comunicação relacional nos parece claro, se constitui em um grande desafio para as organizações, sejam elas públicas e/ou privadas, pois, como nos diz Pinto, “em todo o processo comunicativo há fraturas” (PINTO, 2008, p.84), o que significa, em outras palavras, que são poucas as garantias de que mensagem dialogal represente de fato o que a organização deseja falar, suas intenções e percepções; e menores ainda as certezas de que haverá entendimento do que está sendo dito. Conforme Pinto (2008),

No caso da comunicação, a rede de relacionamentos que se configura entre comunicações e grupos indica a variedade de práticas discursivas, posicionamentos que os interlocutores adotam em circunstâncias específicas (...). A partir dessa rede de relacionamentos e práticas discursivas, os sentidos são multirreferenciais e não se constroem de forma linear; não é uma relação causa/efeito, mas, sim, um processo “multirreferencial” construído a partir da articulação das instâncias de produção e recepção localizadas em posições específicas com interesses próprios” (PINTO, 2008, p. 102)

Essa ideia coaduna com os apontamentos de Lima (2008), ao nos explicar que a comunicação só pode ser estudada por meio de imbricação das dimensões interacional, simbólica e contextual. A dimensão interacional dá conta da relação entre os indivíduos em comunicação; já a dimensão simbólica se refere às práticas discursivas e os referenciais utilizados por cada ente; enquanto a dimensão contextual considera a situação sócio-cultural. Para Baldissera (2009), essa relação se dá por meio da disputa de poderes.

Tem-se, então, que a comunicação, no prisma do dialogismo, compreende sujeitos-força em relação de tensão, influenciando e sendo influenciados, isto é, os sujeitos realizam-se como forças em relação - não se trata de sobre determinação - e, portanto, a significação da/na comunicação se atualiza no acontecer, pela disputa de sentidos que os sujeitos materializam no ato comunicacional (BALDISSERA, 2009, p.143)

No âmbito das organizações, Oliveira e Paula destacam que a comunicação adquire aspectos da gestão, “que imprime à produção de sentidos características do relacionamento entre organizações e seus grupos de relacionamento” (OLIVEIRA, PAULA, 2008, p. 92). Pinto (2008) também destaca essa questão, ao afirmar que

Num ambiente como o das organizações, que vem sendo dominado cada vez mais pela ideia de gestão – e gestão talvez seja só outro nome mais

açucarado para panóptico e para vigilância -, existe a ilusão de que se possui a forma de bem conduzir as coisas, de maneira que as coisas atinjam seus objetivos. Essa gestão está preocupada com os significados: “A significa B e, se eu disser A, entenderão B”. O mundo seria bem mais simples, mas bem menos fascinante assim. Essa tendência rígida, do tipo necessário (se A, então necessariamente B), é uma peça de ficção tendo em vista que A é opaco e, portanto, B também será. Talvez B nem seja B, mas C ou D ou Z. (PINTO, 2008, p. 86).

Se gestão e comunicação se interrelacionam no âmbito das organizações, quando pensamos em agências reguladoras, entendemos a existência de uma organização pública que imprime à sua gestão diálogo e relação com usuários e concessionários. Conforme a Nueva Teoria Estratégica, proposta por Pérez em 2001, as organizações podem repensar a estratégia a partir da comunicação: “una nueva teoria estratégica menos geométrica y más hermenêutica, menos racional y más relacional (PERÉZ e MASSONI, 2009, p.85). Dessa forma, a Nueva Teoria Estratégica coloca o humano no cerne da gestão, já que “estratégia es una capacidade humana antes que una teoria”, (PERÉZ, 2001, 2005).

Conforme Hall (2003), a comunicação no contexto das organizações convive com a contradição de ora reproduzir o discurso da gestão, ora gerar a articulação entre as instâncias de produção, circulação e consumo, numa permanente interação de práticas discursivas e simbólicas. As práticas discursivas, entretanto, necessitam atender ao “processo de coordenação dos significados já institucionalizados” (OLIVEIRA, PAULA, 2008, p. 93), o que pode significar que a comunicação de uma organização deve estar alinhada aos diferentes níveis de compreensão dos variados públicos com os quais ela se relaciona.

Ainda tratando da condição humana nas relações organizacionais sob a ótica da complexidade, Baldissera (2009) coloca que

É necessário ressaltar o quanto é equivocado conceber os públicos como passivos, mesmo que, em alguns casos, pareçam. Importa não esquecer que, na qualidade de sujeitos-força, os públicos (re) tecem/são tecidos na teia simbólica que é a cultura organizacional. Constroem o imaginário e a organização que os constrói. Em algum grau, ao entrarem em relações de comunicação, esses sujeitos perturbam os (e são perturbados pelos) sistemas organização, cultura e sociedade, que, como sistemas vivos, ao mesmo tempo, são auto-organizados e dependentes do entorno (BALDISSERA, 2009, p.161)

Dessa forma, fica claro, segundo o autor, que não se deve acreditar que exista isenção dos diferentes públicos em relação à comunicação, ou seja, onde há ação, há uma reação.

Algumas considerações

Como sistemas interdependentes, “concessionária-agência reguladora-sociedade” poderiam constituir uma força mobilizadora de esforços pela melhoria dos serviços públicos prestados no Brasil. Para cumprir essa idealização, nos parece fundamental que haja maior possibilidade de se estabelecer comunicação entre as três partes. Para tanto, a comunicação deveria se constituir na forma de interação, como possibilidade de relação entre os membros, de tentativa de entendimento, de união em torno do bem comum, neste caso, da sociedade.

Sob essa ótica, as agências reguladoras, como “braços do Estado” (grifo nosso) e, ao nosso ver, cerne desse sistema, como reguladora e mediadora das relações, poderiam estar “abertas” (grifo nosso) para acolher as demandas da sociedade, que, embora citada aqui de forma coletiva, representa em realidade cada cidadão que se relaciona com os serviços de infraestrutura.

Para tanto, disponibilizar canais de comunicação⁴ talvez não seja suficiente, pois o desafio no estabelecimento do diálogo envolve muito mais do que um fluxo de informações de lado a outro. Talvez seja necessário, como nos diz Sodré, o acionamento da “dimensão do sensível” (SODRÉ, 2006), o que “implica uma estratégia de aproximação das diferenças, decorrente de um ajustamento afetivo, somático, entre partes diferentes num processo” (SODRÉ, 2006, p. 11). A possibilidade de uma aproximação pelo estabelecimento de uma comunicação relacional, que respeite as diferenças e considere os distintos “repertórios interpretativos” (OLIVEIRA e PAULA, 2008) poderia representar uma mudança profunda na dinâmica do sistema objeto desse artigo, ou seja, aquele formado pelas concessionárias, agências reguladoras e sociedade.

⁴ A expressão “canais de comunicação” é usualmente empregada com viés instrumental, portanto, não reflete uma comunicação dialogal.

Referências

AUGÈ, Marc. **Não-Lugares**. Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas, São Paulo: Papirus, 1994.

BALDISSERA, Rudimar. A teoria da complexidade e novas perspectivas para os estudos de comunicação organizacional. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Comunicação Organizacional – Histórico, fundamentos e processos**. São Paulo: Saraiva, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Lisboa: Bertrand Brasil, 1989.

CARRIERI, Alexandre de Pádua e SILVA, Alfredo Rodrigues Leite da. O entendimento das organizações como culturas: uma alternativa teórico-metodológica. **Cultura e Interação**. São Bernardo do Campo: São Paulo: Difusão Editora. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2013, v.5.

CHANLAT, Jean-François. **Gestão empresarial: uma perspectiva antropológica**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

CURVELLO, João José. A perspectiva sistêmico-comunicacional das organizações e sua importância para os estudos da comunicação organizacional. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Comunicação Organizacional – Histórico, fundamentos e processos**. São Paulo: Saraiva, 2009.

FREITAS, Maria Ester. A questão do imaginário e a fronteira entre a cultura organizacional e a psicanálise. In: MOTTA, Fernando C. Prestes e FREITAS, Maria Ester de. **Vida Psíquica e organização** (Org.) Rio de Janeiro: Editora da FGV, 2000.

GEERTZ, Clifford. Uma descrição densa: Por uma Teoria Interpretativa da Cultura. O impacto do conceito de cultura sobre o Conceito de Homem. In: GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2012.

HALL, Stuart. **A formação de um intelectual diaspórico**. In: SOVIK, L. Da Diáspora: identidades e mediações culturais. Trad. De Adelaine La Guardia Resende, Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Editora da Unesco, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na Pós-Modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guaracira Lopes Louro, 6ª. ed., Rio De Janeiro: DP&A, 2001.

LIMA, Fábila. Possíveis contribuições do Paradigma Relacional para o Estudo da Comunicação no Contexto Organizacional. In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes de e SOARES, Ana Thereza Nogueira. **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul: São Paulo, 2008.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Porto Alegre: Sulina, 2001.

MUMBY, Dennis R. Cultura, organização e poder. In: MARCHIORI, Marlene (Org.) **Perspectivas metateóricas da cultura e da comunicação**. São Bernardo do Campo: São Paulo: Difusão Editora. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2013, v.3.

OLIVERA, Ivone de Lourdes de e PAULA, Carine F. Caetano de. Comunicação no contexto das organizações: produtora ou ordenadora de sentidos? In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes de e SOARES, Ana Thereza Nogueira. **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul: São Paulo, 2008.

PÉREZ, Rafael e MASSONI, Sandra. **Hacia una teoría general de la estrategia**. Barcelona: Ariel Editores, 2009.

PINTO, Júlio, Comunicação organizacional ou comunicação no contexto das organizações? In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes de e SOARES, Ana Thereza Nogueira. **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul: São Paulo, 2008.

PORTAL BRASIL. <http://www.brasil.gov.br/governo/2009/11/agencias-reguladoras>. Acessado em 06/12/2016.

SROUR, Robert Henry. **Poder, Cultura e Ética nas Organizações**. 3ª Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2012.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis**. Afeto, mídia e política. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.