

O papel estratégico dos Meios de Comunicação em processos de participação e de deliberação em municípios brasileiros

Ana Maria Rodrigues de Oliveira

Professora da Faculdade de Comunicação e Artes e Doutoranda em Ciências Sociais pela PUC Minas¹

1. Introdução

Este artigo analisa o papel dos Meios de Comunicação na relação entre o Estado e a sociedade civil e seu potencial em elevar a participação política em processos de democracia participativa. Examina, em particular, a utilização destes Meios em experiências de Orçamento Participativo (OP), instrumento de política pública adotado pioneiramente em diversos municípios brasileiros, o que possibilita aos cidadãos decidirem sobre o uso de recursos para obras e serviços nessas cidades.

Desde as mídias tradicionais até as “privilegiadas”, que usam tecnologia digital, os meios desempenham uma função estratégica ao repassar e promover o compartilhamento de informações, o que pode tornar os cidadãos aptos ao processo de deliberação - debate e decisão -, e mobilizá-los para as conferências, na modalidade presencial, e para a votação pela internet, na modalidade digital, como acontece em cidades como Belo Horizonte² que fez a sua primeira edição digital em 2006.

Em processos políticos complexos como o dos OP, a Comunicação deve ser analisada como um campo de conhecimento e de práticas com potencial de contribuir à participação política dos cidadãos e ao aperfeiçoamento da democracia. Os processos de Comunicação não visam apenas informar, mas também criar formas de interação entre os cidadãos, considerados sujeitos interlocutores que vivem experiências cotidianas distintas em função de seus contextos e da influência de fatores sócio-econômicos como nível de renda, de escolaridade e cultura política. Esses processos podem estabelecer-se entre as prefeituras e os moradores como também entre eles próprios.

¹ Este artigo se relaciona à pesquisa em andamento sobre a Comunicação no OP de Belo Horizonte (BH) como parte do trabalho de doutorado em Ciências Sociais pela PUC Minas.

² BH, que iniciou o OP em 1994, mantém as modalidades presencial e virtual de forma alternada. Em 2011 o OP Digital está sendo realizado.

2. Comunicação para além da Informação

Autores como Cohn (2001) e Wolton (2010) distinguem os conceitos de informação e comunicação, mostrando que os dois situam-se em planos diferentes e que os processos comunicacionais envolvem um grau de complexidade maior.

Para Cohn (2001), a comunicação deve ser concebida como da ordem da circulação, tem a ver com conteúdos e com sua circulação, ao passo que a informação se refere ao modo como estes entram (ou não) na circulação. Seu domínio é o da *seleção* daquilo que terá valor significativo e que, com base nesse valor, comporá o campo dos conteúdos aptos a integrarem a comunicação.

A comunicação é vista como um fluxo de material significativo ou como uma transmissão, enquanto a informação é um ato básico de discriminação entre o que merece atenção e o é irrelevante. “Nesse sentido, ela não transmite conteúdo, mas cria o quadro no qual se possa falar de conteúdos.” (COHN, 2001, p. 24).

De acordo com Wolton (2010), a comunicação se refere ao ato de compartilhar. Por ser a comunicação inerente à condição humana, as pessoas desejam se comunicar para compartilhar, convencer e seduzir. “[...] abre-se uma fase de negociação na qual os protagonistas, de modo mais ou menos livre e igualitário, tentam chegar a um acordo”. (Wolton, 2010, p. 19).

Autores ligados a perspectivas analíticas diferentes também dão ênfase à comunicação como processo e a seu aspecto relacional. Para Maia e França (2003), por exemplo, a comunicação deve ser encarada como “um processo de produção e compartilhamento de sentidos entre sujeitos interlocutores, processo sempre marcado pela situação de interação e pelo contexto sócio-histórico”. (MAIA; FRANÇA, 2003, p. 188).

Ferrara (2003) destaca o fato de a comunicação envolver atores e práticas, códigos, relações, linguagens. As relações comunicativas referem-se a processos sociais que ocorrem por meio de signos, códigos, suportes. Segundo Prado (2003), a comunicação se dá na produção social de sentidos à medida que circulam discursos. Para Aluísio Trinta (2003), a comunicação implica interação e envolve uma troca de cunho simbólico.

Linguagem, significado e sentido são noções muito próximas. Pinto (2008) procura elucidá-las, mostrando que a linguagem é uma instância da produção de

sentidos. Significados são as várias acepções de uma mesma palavra em um dicionário, por exemplo. Sentido tem relação com o contexto e o processo interpretativo. “O significado produzido em um contexto é um sentido”. (PINTO, 2008, p. 83).

3. A Comunicação de governo

Do exposto até aqui, pode-se indagar sobre os tipos de processo que têm ocorrido nas experiências de OP em municípios brasileiros que o adotaram: informacionais ou comunicacionais?

Torna-se necessário, pois, recorrer à literatura existente sobre a comunicação de governo. Na literatura existente tanto no Brasil como em outros países, a comunicação governamental é identificada, muitas vezes, como comunicação organizacional, que se refere à comunicação no interior de instituições públicas e privadas e ao processo entre elas e seus públicos, buscando-se estratégias e soluções.

Outras vezes comunicação governamental é mesclada ao conceito de comunicação pública, cujo amadurecimento mais recente resulta do grande interesse despertado entre pesquisadores. Há um consenso, entretanto, de que todas estas formas se enquadram em comunicação política.

Duarte (2009, p. 58) define comunicação governamental como “aquela que trata dos fluxos de informação e padrões de relacionamento envolvendo o Poder Executivo (que inclui, além do governo, empresas públicas, institutos, agências reguladoras, o setor militar) e a sociedade”.

Monteiro (2009, p. 38) a classifica como a comunicação “praticada pelo governo, visando à prestação de contas, ao estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas e ao reconhecimento das ações promovidas nos campos político, econômico e social”. Através da comunicação, o governo se faz presente junto à população. “Neste sentido, é parte integrante do poder e, como tal, acompanha as decisões e a ação política”. (BRANDÃO apud MONTEIRO, 2009, p. 38).

Brandão (2009) vê a comunicação governamental como uma dimensão da comunicação pública,

na medida em que ela é um instrumento de construção da agenda pública e direciona seu trabalho para a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas, o

reconhecimento das ações promovidas nos campos político, econômico e social, em suma, provoca o debate público. Trata-se de uma forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de interesse público. (BRANDÃO, 2009, p. 5).

Para Duarte (2009), a comunicação pública está relacionada às seguintes exigências: privilégio do interesse público sobre o interesse individual ou corporativo; a centralização do processo no cidadão; o tratamento da comunicação como um processo mais amplo do que a emissão de informações e como um todo *uno*; a adaptação dos instrumentos às necessidades e interesses dos públicos. Portanto, a noção básica subjacente à de comunicação pública é a do interesse público.

Matos (2009) destaca que estão implicados na comunicação pública, além do governo, Estado e sociedade. Ela a conceitua como um “processo de comunicação instaurado em uma esfera pública que engloba Estado, governo e sociedade, um espaço de debate, negociação e tomada de decisões relativas à vida pública do país”. (MATOS apud MATOS, 2009, p. 49). Na mesma direção, Brandão citada por Matos (2009, p. 49) a denomina como “o processo de comunicação que se instaura na esfera pública entre o Estado, o Governo e a Sociedade e que se propõe a ser um espaço privilegiado de negociação entre os interesses das diversas instâncias de poder constitutivas da vida pública no país”.

A comunicação pública envolve também “a resposta do cidadão a iniciativas no fluxo de relações comunicativas entre o Estado e a sociedade”. (MATOS, 2009, p. 48). Para a autora, o conceito é indissociável dos agentes envolvidos na esfera pública, uma vez que a comunicação pública exige a participação da sociedade e de seus segmentos, não apenas como receptores da comunicação do governo mas também como produtores ativos do processo.

Se cabe ao Estado (como instância normativa e de controle da comunicação pública) a missão de convocar os agentes a participarem, restam ainda por caracterizar os espaços onde se formaliza esta participação, a esfera pública. A esfera pública é esse conjunto de espaços físicos e imateriais em que os agentes sociais podem efetivar sua participação no processo de comunicação pública. (MATOS, 2009, p. 52).

Canel e Sanders (2010) trazem para a comunicação de governo algumas contribuições da área de Relações Públicas. Para as Relações Públicas, o público não é um sujeito imparcial ou espectador passivo da comunicação das organizações. É preciso dar atenção ao estabelecimento de relações e, ao se planejar a comunicação de governo, visa-se o estabelecimento de uma relação de longo prazo entre o governo e os cidadãos.

Graber citada por Canel e Sanders (2010, p. 27) sugere adotar perspectivas próprias à comunicação organizacional para que se construam teorias que aprofundem sobre a dimensão humana subjacente à comunicação governamental. Isso se justifica, como postulam certos autores, porque a comunicação entre governo e cidadãos não é uma questão prática de gestão. É uma obrigação política e moral derivada da aliança existente entre o governo e a população.

4. Democracia e processos de deliberação

A corrente deliberacionista de democracia, que tem em Habermas (1997) um de seus expoentes, propõe um modelo que, para além da possibilidade de os cidadãos elegerem seus representantes, faculte a sua participação direta no sistema político, garantindo-se “um amplo leque de esferas públicas autônomas e processos de formação democrática da opinião e da vontade, institucionalizados através de uma constituição”. (HABERMAS, 1997, p. 22). Nesse modelo, a sociedade civil é vista como base social de esferas públicas autônomas, que se distinguem tanto do sistema econômico como da administração pública.

Em sua formulação, Habermas enfatiza que o próprio Estado deve propiciar esse arranjo institucional para possibilitar a maior participação dos cidadãos em fóruns públicos, visando-se à construção de decisões legítimas e ao alargamento da participação com a inclusão do maior número possível de pessoas. Com isso, a participação política é facultada não somente aos grupos de interesse mas também aos cidadãos comuns.

Seu arcabouço teórico interrelaciona a teoria do discurso, a institucionalização de esferas públicas autônomas (em relação ao Estado e ao mercado), o processo comunicativo envolvendo a sociedade civil e a tomada de decisão motivada pela força do melhor argumento. “[...] a idéia de democracia, apoiada no conceito do discurso, parte da imagem de uma sociedade descentrada, a qual constitui _ ao lado da esfera

pública política _ uma arena para a percepção a identificação e o tratamento de problemas de toda a sociedade”’. (HABERMAS, 1997, p. 24).

Nessa linha, a esfera pública é uma condição social de possibilidade da comunicação generalizada dos cidadãos mais do que uma infra-estrutura material por meio da qual a comunicação se realiza. O agir comunicativamente, segundo Habermas, aponta para uma argumentação na qual os indivíduos justificam suas pretensões de validade perante um público receptivo a tentar compreendê-las. Na esfera pública, diz Joshua Cohen (COHEN apud HABERMAS, 1997, p. 29), o processo de deliberação realiza-se de forma argumentativa, através da troca de informações e de argumentos entre as partes.

O modelo deliberacionista de democracia tem suscitado questões analíticas relevantes. Ele aponta, em boa medida, ao campo da Comunicação e às suas possibilidades. Algumas delas seriam: de que maneira os indivíduos são informados e mobilizados a participar na esfera pública? Como ocorre a deliberação em um contexto de atores sociais diferenciados, procedentes de diferentes posições sociais e econômicas que mantêm falas e discursos diferentes? Para que os sujeitos discutam e decidam sobre questões de interesse público, que desafios se impõem ao compartilhamento de sentidos? É possível à comunicação de governo oferecer elementos que subsidiem o processo democrático nas experiências dos OPs?

5. A experiência do Orçamento Participativo

O Orçamento Participativo (OP) é definido como um instrumento de política pública, adotado pioneiramente no Brasil, que possibilita aos cidadãos, através da institucionalização de um fórum público de debate, decidirem sobre o uso de recursos para a realização de obras e serviços na cidade.

De acordo com Santos (2005), “o principal objetivo do OP é encorajar uma dinâmica e estabelecer um mecanismo sustentado de gestão conjunta dos recursos públicos, através de decisões partilhadas [...]”. (SANTOS, 2005, p. 471).

Segundo ele, os princípios que dão base ao instrumento são: igual direito de todos os cidadãos participarem, sendo que as organizações comunitárias não detêm, a este respeito, pelo menos formalmente, prerrogativas especiais; a participação é dirigida

por uma combinação de regras de democracia direta e representativa; os recursos de investimento são distribuídos segundo um método baseado na combinação de critérios substantivos, estabelecidos pelas instituições participativas, e critérios de viabilidade técnica e econômica.

Para a efetivação do OP no Brasil, instrumentos legais foram decisivos: o artigo 14 da Constituição de 1988, que garantiu a iniciativa popular nos processos legislativos; o artigo 29, que requereu a participação das associações populares no processo de organização das cidades. Outro instrumento importante foi a Lei 10.257/01, o Estatuto da Cidade, que regulamentou os artigos 182 e 183 da Constituição, estabelecendo diretrizes gerais da política urbana. No artigo 4º, inciso III, prevê-se a democratização dos orçamentos municipais.

Entre os aspectos relevantes do OP, Azevedo (2005) vê: sua associação a um arranjo institucional, que prevê um conjunto de regras estabelecidas pelas prefeituras para viabilizar o processo decisório; o fato de as regras serem aperfeiçoadas a cada rodada de participação; a atuação de funcionários públicos capacitados para mediar o processo; a possibilidade da participação direta dos cidadãos quanto a de representantes (delegados eleitos), unindo mecanismos da democracia direta e da representativa; a geração de um amplo debate e reflexão entre os participantes sobre os problemas da cidade; a participação da sociedade confere um caráter de transparência à decisão sobre a aplicação dessas verbas.

Outros fatores são acrescentados: a partir da experiência, os governos municipais obtêm ganhos em capital político, à medida que se revelam mais próximos e transparentes junto à população. Ao chamar a população a conhecer os problemas de perto, têm o reconhecimento de que administrar uma cidade é uma tarefa complexa, que demanda esforços conjugados.

Apesar dos ganhos positivos registrados em muitos municípios, enormes desafios se colocam à prática do OP. Eles estão relacionados geralmente a como ampliar a participação dos cidadãos, evitando-se que as decisões sejam monopolizadas por movimentos sociais organizados. Outro desafio é se as regras em vigor têm possibilitado, de fato, um debate democrático.

6. A Comunicação no OP

O OP surgiu, de forma pioneira, na cidade de Porto Alegre em 1988, a partir de uma demanda dos setores populares por maior participação. Em cidades como Belo Horizonte, começou a ser implementado em 1994 e dura 17 anos de forma ininterrupta, já estando consolidado entre uma parcela significativa da população.

Em sua tese de doutorado, Carvalho (2007) analisa a experiência de comunicação no OP de Porto Alegre entre 1989 e 2002. A pesquisadora tenta mostrar que, além de ter ocorrido um processo comunicacional entre a Prefeitura e os cidadãos, houve uma comunicação entre os próprios cidadãos. O objetivo da Prefeitura era fomentar a participação dos cidadãos e deu-se um processo compartilhado e integrado, construído a partir da convergência de múltiplas ações e instrumentos de comunicação.

O processo no OP deu-se a partir de um projeto híbrido, que mesclou estratégias clássicas de comunicação midiática, como os jornais do OP, os de bairros, o ônibus do OP como mídia itinerante que percorria bairros mais pobres e afastados da cidade, a publicidade institucional veiculada em meios de comunicação de massa e estratégias de comunicação relacionais, como reuniões, eventos para a entrega de obras.

A propaganda institucional foi realizada, desde o início, com a participação de pessoas das comunidades que expressavam os seus desejos e anseios. Apesar de a estratégia comunicacional estar centrada na Assessoria de Comunicação da prefeitura, os cidadãos participavam permanentemente dos conteúdos, o que demonstrou a viabilidade de um modelo de comunicação não centrado apenas no emissor mas também no receptor.

“No caso da comunicação do OP, apesar de suas especificidades, a ‘democracia participativa’ operou, fortemente, por meio de diferentes mecanismos de comunicação, ou seja, efetuou-se por meio de uma combinação de processos, fossem eles midiáticos ou não”. (CARVALHO, 2007, p. 309-10). A autora observa que, com o passar dos anos, tem havido um avanço na concepção do que é comunicação e no uso que se faz dela para se estabelecerem vínculos entre governantes e governados. A comunicação tem se tornado um elemento inerente ao sucesso de um determinado projeto de governo.

Na experiência do OP de Belo Horizonte, destaca-se o fato de que, além da modalidade do OP Regional (presencial), o município adotou em 2006 a modalidade Digital. Há um revezamento, ano a ano, das duas modalidades.

O processo de comunicação tem envolvido as equipes das Assessorias de Comunicação da Prefeitura, da Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e

Informação e as nove Administrações Regionais, além das lideranças comunitárias e membros da Comforça (Comissão Regional de Acompanhamento e Fiscalização da Execução do Orçamento Participativo), formada por delegados eleitos no Fórum Regional de Prioridades Orçamentárias.

De acordo com Leite (2008), o envolvimento dos gerentes de OP, servidores que trabalham nas nove Administrações Regionais, e das lideranças locais tem sido fundamental na mobilização dos moradores, motivando-os para participar das conferências ou da votação na internet. O material de divulgação inclui cadernos, folhetins, *folders*, faixas, mensagens para carros de som. São enviadas notícias para a imprensa _ rádios, jornais e emissoras locais de televisão _ e é implementado o *site da* prefeitura. A descentralização do processo até as nove Administrações Regionais tem sido, portanto, bastante eficaz.

O portal da Prefeitura, onde também se faz a votação das obras na modalidade digital, é uma mídia que vem mobilizando setores de maior renda, não muito suscetíveis a participar das conferências presenciais do OP Regional. Ele contém um *chat* de discussão e propicia o acesso a um conjunto de informações sobre o OP. Já as publicações impressas e as mensagens em carros de som têm se destacado na modalidade do OP Regional, onde a participação de setores populares é expressiva.

Seguindo-se a classificação proposta por Matos (2010), é possível notar que, em Belo Horizonte, são utilizadas tanto as chamadas mídias privilegiadas, em que há aplicação da tecnologia digital, como é o caso do portal da Prefeitura, como também mídias tradicionais, como jornais, *folders*, *banners*.

Na preparação do OP Digital deste ano, cuja votação se dará em novembro, a equipe da Secretaria de Planejamento está envolvendo as redes sociais na divulgação e mobilização. De acordo com Sales (2011), a página da Prefeitura foi disponibilizada no facebook e, durante o processo de votação, um servidor ficará disponível para responder a questões e dúvidas a serem levantadas por moradores. Acredita-se que, com essa novidade, possam ser encampados no OP outros públicos, como os jovens.

Quanto a processos de comunicação entre os próprios moradores, registram-se experiências como a mobilização que ocorreu no OP Digital de 2006, liderada por comerciantes, pastores da Igreja Batista e moradores na região central da cidade. Objetivava-se a aprovação de obra para a reforma e revitalização da Praça Raul Soares e

seu entorno. Os segmentos envolvidos produziram panfletos e disponibilizaram computadores para a votação. A obra foi aprovada pela população.

De acordo com Herzog (2011), trabalhar a comunicação em uma cidade grande como BH não é tão simples assim. No esforço, deve-se somar várias ações e envolver diversos atores sociais, técnicos, administradores regionais. A experiência mostra que é preciso usar desde as mídias simples às mais sofisticadas para que a população seja bem informada e se promovam formas de interação. Sales (2011) acredita que outro desafio é mostrar aos moradores que a participação é fundamental, sensibilizando-os a aderir aos processos públicos, o que exige dispor tempo.

Em uma pesquisa pioneira sobre as experiências de OPs em 103 municípios brasileiros, entre 1997 e 2000, Grazia e Ribeiro (2003) mostram que, nas principais formas de convocação da população, foram utilizadas, por ordem decrescente, a imprensa escrita (75% dos casos), o rádio e carros de som (74%), correspondência (69%), faixas e cartazes (60%), panfletos e *folders* (29%), outdoors (23%), televisão (17%), as instituições públicas e culturais como escolas, igrejas e teatros (10%).

As autoras acreditam que o índice relativamente menor de recurso à mídia televisiva resulta de que o OP foi implementado no período analisado em municípios pequenos e médios, com pouco acesso a este veículo. Muito menor é a participação das instituições públicas na convocação para o OP o que, segundo elas, sugere a existência de obstáculos à valorização, pelas prefeituras, daquelas instituições na dinâmica dos OPs.

A título de consideração final, é importante notar que os dados existentes sobre o papel dos meios de comunicação e seus conteúdos em processos políticos como os OPs, alguns dos quais expostos neste artigo, indicam que tanto a sua seleção como utilização representam um desafio a ser vivenciado nos municípios. A abordagem ainda sugere a questão de que também se investigue como outros fatores de ordem sócio-econômica, como renda, nível educacional e acesso à internet entre os moradores, podem influenciar aquela definição para além do potencial de cada mídia.

São outros aspectos fundamentais na análise sobre o “lugar” da Comunicação em experiências de OPs: que nível de investimento e importância as Prefeituras têm dado, de fato, à Comunicação, estabelecendo processos informacionais ou comunicacionais? Em que incidiriam a Comunicação e seus recursos sobre o processo e a “qualidade” do OP? Quais características próprias do processo de OP ou

constrangimentos relacionados a suas regras estariam relacionados a “usar” mais ou menos a comunicação? Essas e outras questões sinalizam a que se façam mais investimentos teóricos e empíricos sobre a temática.

REFERÊNCIAS

- AZEVEDO, Neimar D. A face representativa do Orçamento Participativo. In: AZEVEDO, Sérgio; FERNANDES, Rodrigo B. (Orgs). *Orçamento Participativo – construindo a democracia*. Rio de Janeiro: Revan, 2005.
- BRANDÃO, Elizabeth P. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge. *Comunicação pública – Estado, Mercado e Sociedade*. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- CANEL, Maria J.; SANDERS, Karen. Para estudiar la comunicación de los gobiernos. Um análisis del estado de la cuestión. In: *Comunicación Y Sociedad*, vol. XXIII, nº 1, 2010, p. 07-48.
- CARVALHO, Helenice. Análise das estratégias de comunicação do Orçamento Participativo nas quatro gestões do governo do PT em Porto Alegre – 1989 a 2002. *Redes.com*, nº 4, p. 307-317, 2007. Disponível em: <http://www.compolicas.org/redes/numeros_4_ind.htm>. Acesso em: 10 ag. 2010.
- COHN, Gabriel. A forma da sociedade da informação. In: DOWBOR, Ladislau et al (Orgs.) . *Desafios da Comunicação*. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.
- DUARTE, Jorge (Org.). *Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- FERRARA, Lucrécia A. Epistemologia da Comunicação: além do sujeito e aquém do objeto. In: LOPES, Maria Immacolata V. (Org). *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Edições Loyola, 2003.
- HABERMAS, J. *Direito e democracia – entre facticidade e validade*. Vol. II. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.
- HERZOG, Geraldo A. Secretário Municipal Adjunto de Planejamento e Gestão. Entrevista concedida no dia 9 de agosto de 2011. Belo Horizonte.
- LEITE, Marcela Nunes. Gerente de Comunicação da Secretaria Adjunta de Planejamento. Entrevista concedida no dia 22 de dezembro de 2008. Belo Horizonte.

MAIA, Rousiley C.M.; FRANÇA Vera V. A comunidade e a conformação de uma abordagem comunicacional dos fenômenos. In: LOPES, Maria Immacolata V. (Org). *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

MATOS, Heloiza. Comunicação pública, esfera pública e capital social. In: DUARTE, Jorge. *Comunicação pública – Estado, Mercado e Sociedade*. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MATOS, Heloiza. Mídias, tecnologias e formas tradicionais em campanhas eleitorais: tendências e avanços. In: MIGUEL, Luís F.; BIROLI, Flávia (Orgs.) *Mídia – representação e democracia*. São Paulo: Hucitec, 2010.

MONTEIRO, Graça F. A singularidade da comunicação pública. In: DUARTE, Jorge. *Comunicação pública – Estado, Mercado e Sociedade*. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

PINTO, Júlio. Comunicação organizacional ou comunicação no contexto das organizações? In: OLIVEIRA, Ivone L, SOARES, Ana Thereza N. *Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações*. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008.

PRADO, José Luiz A. O campo da comunicação e a comunicação entre os campos na era da globalização. In: LOPES, Maria Immacolata V. (Org). *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

RIBEIRO, Ana Clara T.; GRAZIA, Grazia de. *Experiências de Orçamento Participativo no Brasil – Período de 1997 a 2000*. Petrópolis: Editora Vozes, 2003.

SALES, Verônica Campos. Gerente do Orçamento Participativo. Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Informação. Entrevista concedida no dia 16 de agosto de 2011. Belo Horizonte.

SANTOS, Boaventura S. Orçamento Participativo em Porto Alegre: para uma democracia redistributiva. In: SANTOS, Boaventura S (Org.). *Democratizar a democracia: os caminhos da democracia participativa*. 3.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

TRINTA, Aluisio R. A Comunicação e(m) seus limiares. In: LOPES, Maria Immacolata V. (Org). *Epistemologia da Comunicação*. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

WOLTON, Dominique. *Informar não é comunicar*. Porto Alegre: Sulina, 2010.