

Comunicação e Serviço Social: Análise da Comunicação e os Públicos do SCFVCA¹

José Anderson Santos CRUZ²

Gisele Policena de CAMPOS³

Faculdade Anhanguera de Bauru, SP

Faculdade de Tecnologia Interamérica, São Paulo, SP

Universidade Sagrado Coração, Bauru, SP

Universidade Estadual de São Paulo, UNESP-FAAC, Bauru, SP

RESUMO

O presente objeto de estudo apresenta e mostra a necessidade da comunicação e das relações públicas, a fim de integrar as Unidades Escolares e o SCVFCA - Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos para Crianças e Adolescentes. Dessa maneira, foram observadas as formas de comunicação e relacionamentos com os públicos no SCVFCA. Para tanto, foram utilizados conceitos da Comunicação, das Relações Públicas e da Comunicação Dirigida. O objetivo foi identificar as dificuldades de comunicação. Tendo o tema principal em mente, foram propostos possíveis estratégias para melhorar e perpetuar a integração entre o SCVFCA, o Serviço Social, a Sociedade e todos os Públicos envolvidos. Lembrando que na confecção do próprio, autores renomados serviram como estrutura necessária acerca do tema proposto.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Serviço Social; SCVFCA; Relações Públicas; Públicos.

INTRODUÇÃO

A necessidade da comunicação e das relações públicas para integração entre as Unidades Escolares, o Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos para Crianças e Adolescentes contribuiu para a realização deste estudo. Para tanto, rever e apresentar os

¹ Trabalho apresentado na DT8-PC, Divisão Temática Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – VII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Aluno especial de Mestrado (2012) em comunicação Midiática e TV Digital pela UNESP Bauru/SP. Graduado em Tecnologia em Marketing - Anhanguera Bauru/SP. Especialista em Didática e Metodologia do Ensino Superior. Especializando em MBA Gestão Estratégica de Negócios - Anhanguera - Bauru/SP e em Antropologia pela USC Bauru/SP. Membro da ABRP - Associação Brasileira de Relações Públicas, da AMPRO - Associação de Marketing Promocional, do CRA - Conselho Regional de Administração. Membro INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Consultor em Marketing e Comunicação. Consultor em Serviços e Estratégias no segmento Beleza. E-MAIL: andersoncruz@andersoncruz.com.br.

³ Graduada em Serviço Social, Especialista em Gestão Pública e Serviço Social.

conceitos da Comunicação, das Relações Públicas, da Comunicação Dirigida, com embasamento de autores renomados acerca do tema proposto, foi de grande relevância na construção desse texto. Atuar nas questões do Serviço Social e das Políticas Públicas para o desenvolvimento dos usuários atendidos torna o papel do acadêmico em cidadão, em prol do Serviço Social para uma sociedade mais justa e direcionada na integração dos excluídos nos contextos sociopolítico, socioeconômico e sociocultural.

Sendo assim, de acordo com a pesquisa e análise, as questões levantadas foram: Falta de comunicação integrada entre o órgão gestor; escolas e as unidades que detêm o programa; a necessidade das Relações Públicas na expectativa de harmonizar e contribuir para um relacionamento eficiente e eficaz entre os serviços e órgãos competentes; pouco conhecimento das escolas sobre a importância do SCFVCA; a imprescindível parceria, nas atividades, bem como no repasse de informações dos usuários e a necessidade de divulgação perante a mesma; além da dificuldade em trabalhar com parceiros e voluntários.

Assim, pretende-se mostrar a necessidade da comunicação e das relações públicas na integração entre o Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos para Crianças e Adolescentes e as escolas públicas do município, para que a população tenha mais acesso aos serviços e compartilhem suas necessidades, estreitando as relações para garantir o atendimento integral aos usuários, bem como conhecer todos os públicos envolvidos.

COMUNICAÇÃO: CONCEITOS E ESTRATÉGIAS

Ao adentrar nas questões e necessidades da comunicação e relações públicas faz-se necessário apresentar os conceitos teóricos sobre os temas apresentados, para a melhoria dos relacionamentos, formas de comunicação e suas estratégias, e como elas podem contribuir para o desenvolvimento do Serviço Social e o *feedback* para a comunidade com todos os públicos envolvidos.

Assim, a comunicação é uma forma de persuadir os outros a pensarem como pensam, e a agir como agem, compartilhando informações. As participações do emissor, receptor e canal, segundo Dimpleby e Burton (1990, p. 20) são adaptadas na utilização para a intervenção de ganhar, manter ou exercer poder sobre diversos públicos. Entretanto, a estratégia de comunicação torna-se a tomada de decisões mais assertiva na questão de avaliar e expressar pensamentos e sentimentos.

Hamam (2006, p. 26) retrata como estratégias e instrumentos de comunicação os eventos, e estes são desdobrados em dois segmentos: A massiva e dirigida. A união dos profissionais de comunicação e suas ferramentas contribuem na determinação do *mix* da comunicação. Imprensa, Relações Públicas, *Marketing* e os meios de comunicação, sejam impressos, rádio ou televisão, montam a estrutura do *mix*. Dentro do *mix* da comunicação, os eventos são realizados para avaliar os conceitos dos públicos perante a imagem da organização.

Para França (2008, p. 8) a classificação se dá a partir de Blumer e Dewey, destacando os enfoques como o de Gruning, no qual contextualiza o público como interno e externo. Para o autor, se faz necessário a construção de uma comunicação clara e de forma aberta para com os diversos tipos de públicos existentes à organização.

Com a visão de França (2008, p. 9) o Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos para Crianças e Adolescentes, possui diversos públicos que atuam diretamente e indiretamente nas soluções de problemas, bem como na articulação da busca de soluções e permanência do Serviço.

Relações Públicas

As Relações Públicas auxiliam no processo de comunicação estratégica das organizações com seus públicos. O primeiro passo é fazer com que a organização conheça a si própria. Depois é necessário preparar os públicos para as mudanças, e fazer com que o público interno, conheça os objetivos gerais da empresa e assim, passe a produzir com responsabilidade e qualidade. Dessa forma, a satisfação dos públicos diversos vem como uma consequência.

Segundo Fortes (2003, p. 36), as RRPP⁴ é satisfazer os diversos públicos que decorrem das ações de Relações Públicas e das diversas áreas funcionais. Sendo assim, pode-se dizer que as funções administrativas necessitam de complementação, e que as Relações Públicas contribuem para a harmonização e comunicação entre Organização e Instituições.

⁴ Sigla em inglês de Relações Públicas

A priori dos conhecimentos que a Comunicação nos proporciona, sejam organizacionais, mercadológicas, pessoais, é possível dizer que Relações Públicas é uma parte da ciência da Comunicação, procurando manter um diálogo na construção de imagem e aperfeiçoar relações entre os diversos públicos (CRUZ, 2011).

Schmidt (2011, p. 96), através de sua experiência mercadológica no âmbito das Relações Públicas, apresenta uma reflexão e transcreve através do tempo a profissão e o profissional no Brasil em um contexto global. Avalia e conceitua as ações de comunicação com o olhar das Relações Públicas.

Nota-se que as Relações Públicas possuem variados conceitos, mas somente aqueles que seguem a arte, a essência, a teoria e a ética é que podem usar as ferramentas de Comunicação e a visão global das relações para manter a ética, o esplendor da profissão e sua contribuição. Portanto, o uso das Relações Públicas no âmbito do Serviço Social e nas Políticas Públicas contribui para um relacionamento eficaz e eficiente, na organização e harmonização das informações necessárias entre os profissionais do Serviço Social, com os públicos envolvidos na questão. Estes são todas as instituições públicas ou privadas envolvidas no processo.

Comunicação Integrada

A cultura da organização, assim como o termo a priori de cultura, representa as normas informais que orientam o comportamento da organização através de seus elementos adquiridos por análises, segundo Kunsh (2003, p. 36). Tais elementos, valores, crenças e pressupostos, heróis, ritos e rituais entre outros são os que dão origem a sua missão e objetivos. A partir do contexto apresentado por Kunsh, a comunicação integrada deve levar em consideração os elementos que orientam e permeiam a organização.

Segundo Neves (2009, p. 63), é importante lembrar que o contexto da imagem referente à comunicação integrada iniciou o processo no século XX. Essa retrospectiva facilita o entendimento de o porquê ser tão difícil o desenvolvimento de estratégias de comunicação com todos os envolvidos. Um processo que desafia a todos os profissionais de comunicação.

O *mix* de comunicação é um composto formado por profissionais ligados a comunicação e que somados a um psicólogo, um antropólogo e um matemático, os pesquisadores podem obter conclusões sobre diversos públicos, avaliando as possíveis maneiras de comunicação direta ou indireta, criando formas de atingir o objetivo da comunicação.

Para Neves (2009), a Comunicação é muito mais complexa do que parece. Ela exige inteligência, reflexão, trabalho em equipe, processos, disciplina, bom senso de que só existe uma chance, pois quando o tiro sai pela culatra, como diz o ditado popular, não existe uma segunda chance. É fato que a maioria dos empresários, diretores, grandes executivos, não conhecem essas colunas da comunicação. A comunicação deve estar em uma via de mão dupla, tendo o emissor e receptor que analisar possíveis ruídos e eliminá-los de forma certa. As organizações devem possuir uma comunicação integrada, partindo do pressuposto do *mix* de comunicação, jornais, mídias, artigos, comunicação visual. Esses passos devem ser monitorados para que a imagem da organização possa manter-se limpa, e quando a opinião pública começa a manchar, se deve agir com sabedoria em seus processos de comunicação.

SERVIÇO DE CONVIVÊNCIA E FORTALECIMENTO DE VÍNCULOS PARA CRIANÇAS E ADOLESCENTES

O Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos para Crianças e Adolescentes visa desenvolver o fortalecimento de vínculos entre familiares, autonomia e crescimento da criança e do adolescente. Utilizando-se das transformações das Políticas Públicas da Assistência Social, e conseqüente ampliação dos conceitos de proteção social, estabelece-se com o SCFVCA⁵ a contribuição para os usuários e comunidades. Entende-se a necessidade do fortalecimento de vínculos e o crescimento da autonomia, bem como capacitação desses jovens para uma integração junto à sociedade.

⁵ Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos para Crianças e Adolescentes

Sistema Único de Assistência Social – SUAS e os Centro de Referência de Assistência Social-CRAS: A Importância do SCFVCA

A importância do SUAS como política pública é garantir os direitos humanos e sociais do cidadão, priorizando a parcela vulnerável da sociedade. Ele elenca direitos iguais a todos que dela necessitam e buscam, sendo direcionados aos programas, projetos e serviços existentes no município.

Partindo da premissa do SUAS, os eixos criam caminhos para mensurar resultados e pesquisar as atividades, gerindo toda a organização, ampliando a visão e direcionando através de processos.

O Serviço Social vem com a análise dos eixos, facilitando os processos e o entendimento nas melhorias que podem ser realizadas dentro destes na prática. Entender os processos e sua funcionalidade cabe ao profissional do Serviço Social, propagar suas funções para garantir o acesso da população usuária aos variados programas de assistência social e, facilidades para que os desafios sejam superados.

Município e o Serviço SCFVCA

Segundo o G1 (2011), o Brasil está no 84º posição nos estudos do IDH – Índice de Desenvolvimento Humano em 2011. Bauru, cidade cuja população é de 335.888 mil habitantes / IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística 2011, conforme demonstra os resultados do censo 2011. Os dados apresentados pela FIESP apontam Bauru a 47º posição no Estado de São Paulo com um índice de 0,825 – numa escala de 0 a 1,000, colocando-a como uma cidade em desenvolvimento e crescimento do capital humano.

As Secretarias Municipais de Assistência Social –, sendo o órgão responsável pela gestão da política de assistência social no município, avalia as questões ligadas aos índices, proporcionando abertura para novas propostas acerca das questões sociais no município. Portanto, propõem no SCFVCA ações de caráter preventivo, contribuindo para alavancar melhorias através do atendimento a crianças e adolescentes.

Segundo análise dos conceitos, os serviços que compõem a Rede de Proteção Social Básica, entre eles, o serviço SCFVCA para crianças e adolescentes de 5 anos e 6 meses a 14 anos, que colabora na complementação escolar. Excepcionalmente este serviço deverá

estender sua faixa etária até 15 anos, quando a rede assistencial não oferecer o serviço SCFVJ (Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos para Jovens).

Comunicação do SCFVCA

Para tanto, faz-se necessário conhecer os públicos envolvidos no SCFVCA para entender, diagnosticar as falhas da comunicação e contribuir na melhoria deste processo da comunicação. Na figura 1, através do fluxograma, é possível conhecer quais públicos estão envolvidos na comunicação do SCFVCA.

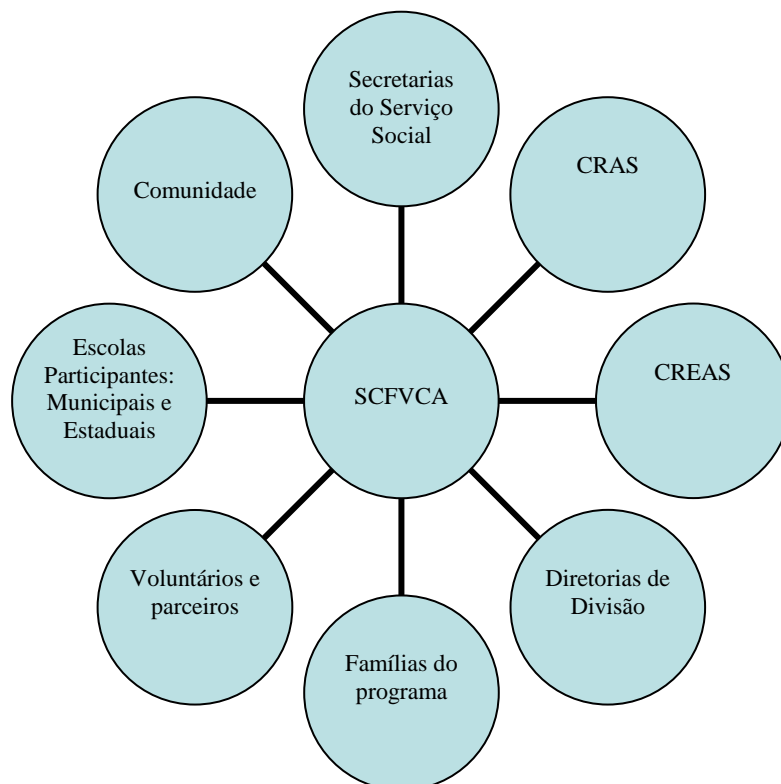


Figura 1 Públicos envolvidos na Comunicação do SCFVCA
Fonte Gisele Policena, adaptado por Anderson Cruz, 2011.

Os usuários do SCFVCA⁶ são direcionados pelo CRAS⁷ e CREAS⁸. Este gerenciado pelo órgão gestor SEBES⁹. As informações do SCFVCA do Núcleo Beija Flor são repassadas de forma hierárquica, onde a coordenadora do serviço repassa as informações à Chefe de seção, esta para Diretoria de Divisão que por sua vez aos superiores e outros departamentos conforme Necessidades (CRAS e CREAS).

PESQUISA APLICADA E SUA METODOLOGIA

A partir de questões levantadas através da observação assistemática. Conforme Marconi & Lakatos (1990, p.81), a técnica estruturada ou assistemática, também denominada espontânea, informal, ordinária, simples, livre, ocasional e acidental, consiste no levantamento de dados registrando os fatos da realidade, não cabendo à utilização de meios técnicos especiais ou que possa executar perguntas diretas.

A pesquisa realizou-se a partir da análise da comunicação e necessidades do SCFVCA com seus públicos envolvidos. A partir da análise e observação assistemática, observou-se através das necessidades de comunicação, o comportamento destes públicos envolvidos. A pesquisa avaliou quais aspectos do SCFVCA e o levantamento das necessidades diante dos públicos. Com isso, desenvolveu-se a análise e a metodologia da pesquisa.

As famílias contribuem com pequena parte nas informações necessárias de seus usuários. As escolas que atendem crianças e adolescentes matriculados no SCFVCA possui grande relevância na transição das informações. Para tanto, a necessidade de interação com a equipe multiprofissional das unidades escolares, objetivando suprir dificuldades em comum – como a questão da alfabetização, tendo como exemplo: reuniões para orientar os agentes sociais de como trabalhar a alfabetização de forma diferenciada, ações em conjunto para sensibilizar as famílias, usuários e comunidade referente à importância da participação, abertura para a participação de algumas atividades propostas pela escola e vice versa, possibilidade de fazer uso da quadra de esporte da Unidade escolar e a mesma do espaço físico do SCFVCA.

⁶ Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos Crianças e Adolescentes

⁷ Centro de Referência de Assistência Social

⁸ Centro de Referência Especial da Assistência Social

⁹ Secretaria Municipal do Bem Estar Social

São várias ferramentas de comunicação utilizadas entre os públicos envolvidos e o SCFVCA. E após análise, verifica-se a necessidade de uma integração maior, criar estratégias para que esta comunicação seja mais flexível, de forma dialética e entre todos os públicos. Desta forma contribui-se para uma comunicação em todas as vias.

Análise e Resultado

Com as hipóteses levantadas, verificou-se cada público envolvido, partindo da necessidade da comunicação integrada e o SCFVCA. Apoiando na experiência e na pesquisa com a metodologia de observação assistemática, argumentada sua relevância por Marconi & Lakatos (1990, p. 81);

- Falta de comunicação integrada entre o órgão gestor, Escolas e as Unidades que detêm o programa. Neste aspecto observa-se a ruptura de informações, no qual se faz necessário uma comunicação horizontal e com canais mais apropriados, utilizando meios de comunicação mais diretos e de fácil transição e transmissão dos dados e com respostas mais *on-line*. Necessidade de uma comunicação mais direcionada e de via dupla.
- A necessidade das Relações Públicas na expectativa de harmonizar e contribuir para um relacionamento eficiente e eficaz entre os serviços e órgãos competentes. Um Profissional de Relações Públicas têm como foco a harmonização das expectativas, sendo assim contribuir para uma harmonia entre setores e todos os públicos envolvidos. A essência das Relações Públicas é manter os públicos em harmonia e com uma comunicação direcionada com *feedback* para ambos.
- Pouco conhecimento das escolas sobre a importância do SCFVCA e a necessidade de parceria, nas atividades, bem como no repasse de informações dos usuários. Falta de incentivo das escolas na busca e repasse das informações dos usuários para o programa. As escolas são público essencial para a divulgação dos serviços oferecidos pelo SCFVCA e a contribuição dos funcionários é de extrema importância para a concepção dos serviços. É preciso manter uma comunicação mais direta e de forma mais linear.

- Necessidade de divulgação perante a mesma, necessitando a divulgação destes trabalhos nas escolas de forma direta. As instituições escolares têm pouca informação dos serviços oferecidos pelos SCFVCA, portanto, fazem-se necessárias ações que possam difundir os serviços dentro das escolas e com o apoio dos órgãos gestores e diretoria das escolas.
- Dificuldade em trabalhar como parceiros. O SCFVCA oferece variadas oficinas para os públicos que participam, porém o voluntariado torna-se pouco para a contribuição destes serviços, se fazendo necessária a contratação por tempo determinado, passível de renovação contratual, instrutores e parceiros para a solidificação das oficinas que o SCFVCA oferece aos seus usuários.

O levantamento das questões acima pela metodologia da observação assistemática, tendo com argumento Marconi & Lakatos, favorece o levantamento das informações de forma empírica e uma visão ampliadas acerca das questões reais no âmbito do serviço e seu contexto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos Crianças e Adolescentes, tem como objetivo desenvolver e capacitar os usuários a partir da cidadania, do conhecimento de atividades extracurriculares voltadas à inserção dos mesmos à sociedade. Aumentar o vínculo familiar e fortalecer tais vínculos entre famílias, usuários com o propósito de inserir as crianças e os adolescentes numa sociedade, promovendo a visão e ampliação de conhecimentos e relações humanas.

Tratando-se de estudos e análises do SCFVCA, analisou-se a comunicação e as relações públicas voltadas ao Serviço Social e o serviço prestado pelos CRAS a partir dos SCFVCA. A comunicação é indispensável para que haja uma interação eficaz e eficiente em todos os setores e públicos envolvidos na questão. Em relação ao Relações Públicas, o papel deste profissional visa atender as expectativas de harmonização entre os públicos essenciais ao serviço, assim exaltando a necessidade de estratégias de comunicação e de relacionamento entre todos.

As questões em que foram demonstradas, à falta de comunicação integrada entre o órgão gestor e as unidades que detêm o programa buscou apresentar os aspectos que levam a ruptura de informações, no qual se faz necessário uma comunicação horizontal e com canais mais apropriados, utilizando-se de meios de comunicação mais diretos e de fácil transição e transmissão dos dados e com respostas mais *on-line*. Neste levantamento faz-se necessário a criação de canais que acelerem a distribuição de comunicação, tendo como estratégias a abertura de canais mais apropriados e com respostas diretas e rápidas, assim fortalecendo o serviço, tornando-o mais rápido e de fácil solução para pedidos, e respostas. Sendo um canal de via dupla, no qual as informações processadas possam ter a recepção, transmissão e devolução da informação em tempo real.

Partindo da premissa da necessidade da comunicação e suas estratégias e ferramentas, as Relações Públicas possui em seu contexto a expectativa de harmonizar e contribuir para um relacionamento eficiente e eficaz entre os serviços e órgãos competentes: Um Profissional de Relações Públicas têm como foco a harmonização das expectativas, sendo assim contribuir para uma harmonia entre setores e todos os públicos envolvidos. A essências das Relações Públicas é manter os públicos em harmonia e com uma comunicação direcionada com *feedback* para ambos.

Sendo assim, o papel das relações públicas é aperfeiçoar as ferramentas de comunicação no SCFVCA facilitando e harmonizando os processos de comunicação entre os públicos envolvidos, bem como fortalecer tais vínculos entre o serviço-público-sociedade. Para tanto, faz-se necessário o desenvolvimento de ferramentas para o fortalecimento de vínculos e de união entre todos os envolvidos para a eficácia e eficiência do SCFVCA.

Observou-se a necessidade de ampliar o conhecimento das escolas sobre a importância do SCFVCA e a necessidade de parceria, nas atividades, bem como no repasse de informações dos usuários. Criar incentivos nas escolas na busca e repasse das informações dos usuários para o programa. Como público essencial, as escolas é canal para a divulgação dos serviços oferecidos pelo SCFVCA e que a contribuição dos funcionários é de extrema importância para a concepção dos serviços. Manter uma comunicação mais direta e de forma mais linear. Considerando tal necessidade, é relevante criar estratégias de divulgação dos serviços ofertados para alcançar os objetivos em totalidade para a comunidade.

Com isso, a observação da necessidade de comunicação e das relações públicas no Serviço Social partindo da premissa do SCFVCA, notou-se que os parceiros se limitam, e que a necessidade de se ter mais parceiros seja no âmbito do voluntariado ou por contratações por tempo determinado com possível renovação de contrato, faz-se necessário para a realização de todas as oficinas oferecidas pelo SCFVCA.

Sendo assim, é possível implementar ações que fortaleçam a comunicação. Portanto, podem-se aplicar em três momentos os conceitos estudados nesta pesquisa. **Primeiro Momento:** O Órgão Gestor promoverá reunião envolvendo as Secretarias e ou Diretoria Municipal e Estadual da Educação ou de Ensino, os serviços de Centro de Convivência Infante Juvenil e Centros de Referência da Assistência Social, para apresentar os serviços realizados por esta Secretaria, prioritariamente os Centro de Convivência Infante Juvenil, sua parceria com a Fundação Telefônica, objetivando firmar parceira com as Unidades Escolares; **Segundo Momento:** As equipes (diretores/coordenadores/professores de escola, CRAS e CCIJs), realizarão visitas aos serviços para conhecerem a rotina de trabalho de cada local, estreitando assim os laços.

As Coordenadoras dos Centros de Convivência Infante Juvenil, apresentarão lista de usuários matriculados no serviço, por Unidade Escolar. As equipes discutirão em conjunto as ações a serem desenvolvidas que venham a favorecer os serviços, usuários, familiares e comunidade, bem como agendarão as datas para as ações; **Terceiro Momento:** Efetivar as ações programadas objetivando melhorar a qualidade dos serviços prestados as crianças e adolescentes, familiares e comunidade.

E no decorrer da pesquisa, observou-se que as relações humanas devem estar interligadas em todo o contexto e no desenvolvimento, assim como nas questões que acerca estão ligadas no SCFVCA. Faz-se necessário à implementação de estratégias de comunicação e fortalecer a participação de todos os envolvidos no serviço para que haja uma integração e interação maior.

Sendo assim, é possível implementar ações que fortaleçam a comunicação. Portanto, conclui-se que são indispensáveis as estratégias e ferramentas de comunicação no SCFVCA para uma ampliação e eficiência, buscando-se a qualidade e ampliação do mesmo. O relacionamento entre os públicos envolvidos como o Órgão Gestor, Escolas, Usuários, Comunidade, Sociedade entre outros é de extrema importância para a ampliação e fortalecimento do serviço.

REFERÊNCIAS

APOSTILA Subsídios à Regulamentação Do Projovem Adolescente – Serviço Sócio Educativo (Instituído pela MP Nº 411, de 28 de dezembro de 2007) – MDS Março/2008.

CAPITAL Humano. Disponível em: <http://apps.fiesp.com.br/regional/DadosSocioEconomicos/RankingIDH.aspx>. Acesso em: 05 Abr. 2012.

COSTA, Antonio Carlos Gomes da. VIEIRA, Maria Edenil. **Protagonismo Juvenil: Adolescência, educação e Participação Democrática** — 2º Ed. – São Paulo / FTD; Salvador/BA: Fundação Oldebretch, 2006.

CRUZ, José Anderson Santos Cruz. **A Comunicação e as Relações Públicas: O Gerenciamento de Crises.** Disponível em: <http://fib.brpwebprojects.com/jornada/download/trabalhos/anais/0032011pp1.pdf>. Acesso em: 10 de Mai. 2012.

DIMBLEBY, Richard. BURTON, Graeme. **Teorias da comunicação.** São Paulo. Ed. Summus. 1990.

FERRARI, Marcio. **Lev Vygotsky – O Teórico do Ensino Como Processo Social.** Revista Nova Escola, Edição Especial, 2008.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações públicas processos, funções, tecnologia e estratégias.** 3ª Ed. São Paulo. Ed. Summus. 2003.

HAMAM, Roosevelt. **O Evento Integrando no Mix da Comunicação..** In: KUNSH, Margarida Maria Krohling. **Obtendo Resultados com Relações Públicas.** 2ª Ed. São Paulo. Cengage Learning. 2006.

IBGE, Cidades. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=350600>. Acesso em: 05 Abr. 2012.

IDH. Disponível em: http://www.suapesquisa.com/o_que_e/idh.htm. Acesso em: 05 Abr. 2012.

JUNIOR, Waldomiro Carvas. **Relações Públicas no Gerenciamento de Crises.** In: KUNSH, Margarida Maria Krohling. **Obtendo Resultados com Relações Públicas.** 2ª Ed. São Paulo. Cengage Learning. 2006.

KUNSH, Margarida Krohlin. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** São Paulo. 4ª Ed. Summus Editorial. 2003.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da Metodologia Científica.** 7ªed. São Paulo, Ed. Atlas, 2010.

LEI Orgânica da Assistência Social – LOAS – Ministério da Assistência Social – 2003
NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação empresarial integrada**. 3ª Ed. Rio de Janeiro.
Ed. Mauad. 2009.

PALANGANA, Isilda Campaner. **Desenvolvimento e Aprendizagem em Piaget e Vygotsky – A Relevância do Social**. 3. ed. São Paulo: Summus Editorial, 2001.

SALES, Mione Apolinário. RUIZ, Jeferson Lee de Souza. **Mídia, Questão Social e Serviço Social**. 2ª Ed. São Paulo. Cortez Editora. 2009.

SCHMIDT, Flávio. **Do Ponto de vista de Relações Públicas o fascinante mundo da Comunicação**. In: SCHMIDT, Flávio. Do ponto de vista de relações públicas: razões muito mais fortes para você atuar no ambiente da comunicação. São Paulo: Sicurezza, 2011.

SUAS. Disponível em: <http://www.mds.gov.br/assistenciasocial/suas>. Acesso em: 10 Ago 2011.