



Comunicação como processo de visibilidade social para as instituições de longa permanência do adulto idoso¹

Daiane da Costa GAMPERT²
Débora Carvalho BATISTA³
Franciele Machado dos SANTOS⁴
Ricardo Oliveira ZOCCA⁵
Vera Camargo GRUENDEMANN⁶
Elisa Lübeck TERRA⁷
Jairo da Luz OLIVEIRA⁸
Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS.

RESUMO:

A comunicação é um pressuposto para a vida social e sempre existiu nas sociedades. Mas a partir da Revolução Industrial, com o advento dos chamados meios de comunicação de massa, ela ganhou importância e atenção, o que levou a um novo rumo de estudos. A partir daí houve uma mudança também no esquema organizacional da sociedade. Nestes esquemas de organização social busca-se resgatar a imagem do idoso cidadão, resgatando também a condição de ser idoso na configuração do corpo social da

¹ Trabalho apresentado no IJ 07 Comunicação, espaço e cidadania do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

² Discente do 2º semestre do curso de Comunicação Social: Habilitação em Relações Públicas com Ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA campus São Borja e bolsista do Programa de Extensão do Ministério da Educação - PROEXT MEC 2013, e-mail: daiianegampert@hotmail.com

³ Discente do 6º semestre do curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA campus São Borja e bolsista do Programa de Extensão do Ministério da Educação - PROEXT MEC 2013, e-mail: deboracarvalhob@gmail.com

⁴ Discente do 4º semestre do curso de Serviço Social da Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA campus São Borja e bolsista do Programa de Extensão do Ministério da Educação - PROEXT MEC 2013, e-mail: fran_santos@hotmail.com

⁵ Discente do 4º semestre do curso de Comunicação Social: Habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA campus São Borja e bolsista do Programa de Extensão do Ministério da Educação - PROEXT MEC 2013, e-mail: zocca.ricardo@gmail.com

⁶ Discente do 4º semestre do curso de Serviço Social da Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA campus São Borja e bolsista do Programa de Extensão do Ministério da Educação - PROEXT MEC 2013, e-mail: veragruendemann@gmail.com

⁷ Orientadora deste trabalho. Integrante do corpo docente do Programa de Extensão do Ministério da Educação - PROEXT MEC 2013. Docente do curso de Relações Públicas com Ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA e membro do Comitê de Ética em Pesquisa da UNIPAMPA campus São Borja. Possui Graduação em Comunicação Social Habilitação Relações Públicas pela Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Graduação em Sistemas de Informação pela Universidade Franciscana e Mestrado em Extensão Rural pela Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Doutorado em andamento em Educação Nas Ciências pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – UNIJUI, e-mail: elisaterra@unipampa.edu.br

⁸ Orientador deste trabalho. Integrante do corpo docente do Programa de Extensão do Ministério da Educação - PROEXT MEC 2013. Assistente Social, Gerontólogo Social, Mestre e Doutor em Serviço pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS, docente do curso de Serviço Social, e-mail: jairooliveira50@yahoo.com



sociedade contemporânea. Os alunos das áreas da comunicação e do serviço social e seus trabalhos interdisciplinares integram a equipe do Projeto Renovar, projeto que visa prestar assessoria e consultoria social às Instituições de Longa Permanência (ILP) que atendem adultos idosos institucionalizados.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; interdisciplinaridade; gerontologia e consultoria social.

Introdução

A comunicação é um processo imprescindível ao ser humano para interagir uns com os outros através da linguagem visual, auditiva, simbólica, objetiva e subjetiva. Assim, a comunicação se faz necessária para estabelecermos as relações interpessoais dentro do modelo de organização social em que vivemos. Comunicar-se é compartilhar, repartir, socializar, sendo assim uma ação coordenada por todos nós na vida social.

Neste sentido, os cursos de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas, juntamente com o curso de Serviço Social, que está inserido na área das Ciências Sociais Aplicadas, integram a equipe do Projeto Renovar. Este projeto visa prestar assessoria e consultoria social às Instituições de Longa Permanência (ILP) que atendem adultos idosos institucionalizados. Este estudo está sendo desenvolvido por acadêmicos da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), Campus São Borja, com recursos do PROEXT MEC 2013.

O Projeto Renovar tem por objetivos a busca por mais qualidade de vida dos idosos institucionalizados, dos colaboradores envolvidos e a otimização dos serviços internos ofertados. Para além, o Projeto Renovar busca intervir na Região das Missões e Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul, locais onde a universidade também está inserida. A base de desenvolvimento do trabalho, dentro da proposta do projeto, está pautada na interdisciplinaridade, considerando o caráter da transversalidade dentro das áreas envolvidas.

A comunicação e o trabalho interdisciplinar para a qualidade de vida do idoso

A comunicação exerce uma função social de acentuada relevância no processo de conhecer e entender as diferenças de cada um na sociedade. Ela busca dar visibilidade de segmentos sociais excluídos socialmente, como os idosos



institucionalizados, que, por vezes, não possuem um espaço de representação, enquanto coletivo dentro da sociedade da pós-revolução industrial.

Dessa forma, pode-se entender comunicação como agente da sociedade, como produtora de conhecimento. Ela age como exaltadora de desejos latentes, explicitadora de angústias internas e também como ferramenta do sistema, mas na forma oculta. Nesta condição, a comunicação funciona como uma intermediadora, necessária para o receptor que vê suas necessidades e lacunas emocionais, às vezes até ocultas, sendo preenchidas por um conceito que, muitas vezes, vende exatamente o que ele precisa para ter aquela felicidade efêmera, para participar daquela quimera que é o mundo das ideias, criado pelos emissores, preenchido de vida e magia pela mente aberta e disposta do receptor. Para além, entende-se que ela é necessária também para o sistema, sempre com a função de não deixar o mercado parar, de trazer a diferenciação dos produtos, agendar debates nas pautas da população, difundir informações e conhecimento, de gerar competitividade sadia entre as empresas, o que também acaba por ser lucrativo para o consumidor. Vestergaard (1994) diz que:

No entanto, esses elementos potencialmente subversivos permanecem latentes no universo da propaganda, porque estão sempre embutidos em estruturas de significados que continuam leais ao sistema socioeconômico vigente. (VESTERGAARD, 1994, p.135).

É a partir dessas perspectivas que o termo publicidade vem se moldando através do tempo, sendo muitas vezes injustamente condenado pelo senso comum como um simples manipulador de massas. Todavia, quando se para uma esfera maior, observam-se inúmeros casos de material publicitário de cunho social, muitas vezes objetivando uma maior conscientização da população para problemas latentes, além disso, o papel do publicitário pode ter ótima recepção em projetos sociais.

Um bom exemplo disso são as investidas necessárias para darmos visibilidade ao lado mais humano da comunicação em si, mostrando as realidades num âmbito regional, onde as pessoas estão situadas. A proposta do Projeto Renovar, da Unipampa, oportuniza aos acadêmicos exercerem trabalhos dentro do seu campo de estudos para um projeto de cunho social.

Nesse contexto, a publicidade leva uma carga conotativa de mera ferramenta do sistema vigente, como uma espécie de trabalho puramente comercial e com fins de lucro para grandes empresas e corporações. Contudo, existem projetos sociais que demandam



trabalho desses profissionais e que, por sua vez, vem com o intuito de somar para uma visão um pouco mais ampla do social e menos tendenciosa sobre esta área da comunicação. Desta forma, vale destacar que o termo *publicidade* em si demorou para atingir a implicação comercial que tem hoje, que resulta de uma evolução no que toca esse delicado limiar entre o ofício social e o mercadológico na sociedade. Segundo Gomes (2008):

É interessante observar que o termo herdou, em sua origem jurídica, a carga metafórica que tinha entre os advogados e os juízes da antiga Grécia, para persuadir sobre os direitos dos indivíduos. Isto, já com o advento da Revolução Industrial. (GOMES, 2008, p.83).

As funções aplicadas dentro deste projeto abrangem todas as subáreas da propaganda, existe a parte de criação como desenvolvedor de peças gráficas e textos para as mesmas. Seguindo com mídia e planejamento, que muitas vezes andam juntas e nas quais é preciso tomar decisões de veículos a serem utilizadas dentro das Instituições de Longa Permanência (ILP) para uma maior compreensão das mensagens. Pode-se destacar o atendimento no assessoramento do pedido das peças e dos trabalhos com os responsáveis pelo projeto e também a questão da produção com a proposta do documentário ao término do projeto. Além dos registros fotográficos das ações do grupo. A partir dessa contextualização do tratado acima, reforçamos a questão do caráter assumidamente social da comunicação e da propaganda dentro do Projeto Renovar, pois entendemos que:

[...] a propaganda se torna, assim um espelho mágico no qual uma interpretação mais sutil nos permite discernir os contornos do generalizado descontentamento popular com a vida cotidiana e com as oportunidades que nos proporciona a sociedade em que vivemos. Portanto, a propaganda se fundamenta no desejo subconsciente de um mundo melhor. (VESTERGAARD, 1994, p.132).

Compartilhando o pensamento do autor acima, na busca de um mundo melhor, a área de Relações Públicas, por exemplo, viabiliza a comunicação integrada no projeto, tanto com o público interno quanto externo, junto às Instituições de Longa Permanência



(ILP). As políticas de relacionamento serão planejadas, executadas e avaliadas de maneira ética com os demais segmentos sociais.

Traçar estratégias de comunicação com as instituições e comunidade, ações preventivas, capacitações e atendimento das demais demandas que possam surgir, são alguns dos itens pretendidos pela ação do projeto. Busca-se ainda uma proposta de reflexão sobre o envelhecimento considerando o caráter interdisciplinar da gerontologia social.

A interdisciplinaridade está calcada na gênese da gerontologia, esta que na sua totalidade não é tão somente uma área de estudo do envelhecimento, mas sim um conjunto de conhecimentos que permeiam esta etapa da vida dos seres humanos. Entende-se que esta fase da vida está envolta em dúvidas, medos, tabus e significados, sendo então a gerontologia responsável pelo atendimento que engloba todos os âmbitos de um determinado indivíduo neste período da vida e tudo que diga respeito ao mesmo.

O Projeto Renovar

Alguns aspectos delineadores para o surgimento da gerontologia, enquanto ciência são de cunho social - o qual provém da necessidade de construção de conhecimento para resoluções no que se refere a assuntos ainda inéditos e urgentes de serem colocados na mídia. A gerontologia, como área do conhecimento, começa a se originar no início do século XX, embora tenha esta certa dificuldade de identificação por ser muito confundida com a geriatria, que por sua vez trata somente da parte clínica do idoso.

Partindo de um novo contexto histórico, onde este passa a ter visibilidade muito maior por interesses econômicos dentro do sistema capitalista, que reconhece o idoso como um novo consumidor e entende que este público está em franco crescimento e tende a ser um grande protagonista para o mercado. Paralelo a isto, esta população com idade acima dos 60 anos, passa a ter mais longevidade, alterando-se na busca de um novo olhar a respeito da população idosa que está crescendo, merecendo da área da comunicação um trato mais cuidadoso no que se refere ao assunto qualidade de vida.

O atendimento aos idosos encontra-se precarizado, pode-se ver essa realidade através do Estatuto do Idoso, o qual teve sua criação após a luta de algumas entidades que representam a defesa dos interesses dos mesmos. Apesar da Constituição buscar garantir ao idoso os seus direitos, as instituições necessitaram reivindicar a criação de



um estatuto direcionado a este público, para garantir que os seus direitos tivessem sua plena efetivação, o que ainda assim não garante o alcance da totalidade no que se refere a abrangência do atendimento aos idosos. Para, além disso, existe a dicotomia no que se refere ao trato perverso do sistema econômico vigente com o idoso, pois ao mesmo tempo que ele representa um público emergente, no sentido de participar do mercado de consumo de bens e serviços, esse adulto idoso tem os seus recursos financeiros vinculados ao sustento e reprodução social da própria família, não podendo usufruí-los em benefício próprio.

Presencia-se a necessidade de um envolvimento do trabalho interdisciplinar direcionado para o estudo do envelhecimento, para que este não seja estereotipado pela mídia e legitimado pela sociedade. Ainda que se criem leis que auxiliem em um melhor tratamento as pessoas que se encontram nesta etapa da vida, a sociedade exclui esta população, deixando-os a margem do convívio social, fazendo com que esta população seja pouco expressiva e valorizada pelas áreas da comunicação especificamente.

Com perspectivas de transformação da representação que existem hoje sobre o envelhecimento é de extrema importância que vários campos de atuação profissional estejam dispostos a se engajar em trabalho interdisciplinar para a efetiva melhoria das políticas públicas. Políticas estas que visam atender ao público idoso, pois esta população possui uma representação a cada ano mais significativa na sociedade.

Muitos não sabem, mas o idoso tem seus direitos, assim como o jovem, a criança e o adulto. Isso ainda é desconhecido, não porque as pessoas não gostem ou não queiram saber das leis, mas porque não foram informadas, não foi lhe chamada à atenção a esse respeito. Além disso, não é divulgado que, não só a família, como também o Estado e a sociedade são responsáveis pelo idoso, conforme trata a Política Nacional do Idoso, Lei nº 8.842/1994, e Decreto nº 1.948/1996, “Art. 1º A política nacional do idoso tem por objetivo assegurar os direitos sociais do idoso, criando condições para promover sua autonomia, integração e participação efetiva na sociedade”.

Neste mesmo fio de reflexões, tem-se no jornalismo o dever não só profissional de formar e informar a pessoa para a cidadania, mas ser um profissional ético que não permita que irregularidades aconteçam sem que a sociedade saiba. Só informar o que é certo não basta, é preciso mostrar problemas para que as atitudes sejam revistas. E mais do que isso, incentivar programas sociais, através da divulgação, para que o idoso possa



alcançar o patamar da dignidade humana, assegurada pelos direitos humanos e expressa através do trato jornalístico.

Assim e particularmente, o trabalho interdisciplinar novamente mostra sua relevância. Embora tenha pouco tempo de representação, a interdisciplinaridade tem caráter ímpar no trabalho na área da gerontologia, conforme podemos ver em Martins de Sá (1994).

A organicidade presente nessa perspectiva caracteriza-se por uma troca contínua de conhecimentos, por um movimento constante, por uma estabilidade dinâmica. Não existe, na gerontologia, uma estrutura teórico-metodológica rígida, mas manifestações flexíveis, embora estáveis, traduzidas em um conjunto de procedimentos interligados, interdependentes e logicamente coerentes. (SÁ, 1994, p. 153).

Desde as ações de intervenção pensadas de forma interdisciplinar, até seu desenvolvimento e implementação, faz-se necessário estabelecer uma rede de comunicação com as demais unidades profissionais que possam contribuir para a reabilitação e reinserção do idoso, enquanto realidade e objeto de trabalho, na perspectiva de torná-lo novamente parte integrante do contexto social.

Nessa perspectiva, entende-se a gama de relações que podem ser estabelecidas para a intervenção junto a esses sujeitos. O Serviço Social pode trabalhar em conjunto com a Medicina, Enfermagem, Nutrição, Fisioterapia, Psicologia, entre outras, pensando propostas que vão ao encontro da demanda exigida por essa parcela da população. Respeitando a autonomia de cada área do conhecimento, e buscando através desse processo, direcionar o exercício profissional, prestando assessoria e consultoria, para a elaboração de novos caminhos para inclusão social da pessoa na terceira idade. O Serviço Social e a área da comunicação não poderão se eximir desse trabalho coletivo.

No entanto, sabe-se da complexidade que é estabelecer esse trabalho em grupo, constatada pelos depoimentos encontrados na obra de Oliveira (2011), que relatam a dificuldade do trabalho interdisciplinar, o qual envolve a rede de atendimento, esta por sua vez formada por profissionais de diversas áreas do conhecimento.

Sendo assim, o atendimento ao idoso, proposto pelo Projeto Renovar, passa pela reflexão das relações estabelecidas na rede, as quais devem valorizar todos os sujeitos envolvidos, tanto os técnicos das instituições, quanto o desenvolvimento das ações integradoras, realizado pela equipe do projeto. Assim, deve-se preconizar a presença constante do diálogo através das discussões e das decisões a serem tomadas, visando garantir que esse espaço de intervenção seja de assegurar os direitos sociais.



Quando conseguimos estabelecer uma relação de diálogo na rede, quando os atores sociais, profissionais que trabalham na instituição ou na comunidade, conseguem reconhecer no outro a possibilidade de realizar trocas, de compartilhar encaminhamentos, bem como socializar a tomada de decisões sobre questões que envolvem os usuários, estamos estabelecendo uma relação de trabalho em rede. (OLIVEIRA, 2011, p.73 - 74).

Assim, se constitui o crescimento do trabalho em rede, tencionando e compreendendo a importância das articulações feitas durante esse processo, bem como o modo no qual desenvolvemos nossas atividades profissionais. O Projeto Renovar busca dar visibilidade aos direitos sociais, este é outro ponto importante a ser tratado pela ótica da comunicação. Por esses motivos, são tão importantes as iniciativas públicas, por meio das parcerias com instituições sociais e educacionais para a promoção desses programas e projetos.

Pensando nisso, o Projeto Renovar buscou a interdisciplinaridade em sua equipe, para que se possa pensar a área social, juntamente com a comunicacional aqui já mencionadas. Através deste trabalho interdisciplinar, busca-se, através dessa integração, dar visibilidade ao projeto, pois os profissionais de uma área colaboram com a outra e se unem para prestar assessoria de qualidade às Instituições de Longa Permanência ao idoso. Os beneficiados dessa parceria são, com certeza, o cidadão idoso, alunos em processo de formação e professores.

Nesse sentido, é dever do jornalista não ser juiz, julgando e condenando a todos, mas sim apontar falhas, para que os órgãos competentes tomem as devidas providências. Isto faz parte de seu dever ético, como diz o Código de ética para os jornalistas da *Society Professional Journalists*.

- Buscar e relatar a verdade. Os jornalistas devem ser honestos, justos e corajosos ao coletar, relatar e interpretar as informações.
- Minimizar os danos. Os jornalistas éticos tratam as fontes, personagens e colegas como seres humanos dignos de respeito;
- Agir com independência. Os jornalistas não devem ter compromisso com qualquer interesse, além do direito do público a ser informado.
- Ser responsáveis. Os jornalistas são responsáveis com os leitores, ouvintes, espectadores e com os colegas de profissão. (apud Plaisance, 2011, p.54).



A ética faz com que o jornalista não aceite qualquer tipo de situação que o impeça de divulgar irregularidades nos diversos âmbitos sociais, políticos e econômicos, ou defender só um ponto de vista ao produzir notícias. No jornalismo, assim como em todas as profissões, se faz necessário uma “vigilância constante” das produções, publicações e até mesmo atitudes, para que não se distancie da ética, ou seja, para que não se afaste da valorização e do respeito a cada cidadão.

O profissional que se pauta pela ética, consegue ser mais humano e dar vistas aos maus tratos de que muitos idosos são vítimas. Busca-se no Projeto Renovar implementar um trabalho com relação a isso, que envolveria tirar dúvidas, realizar palestras, pesquisas, bem como realizar reportagens, fazendo reflexões e questionamentos pontuais e bem embasados sobre determinado caso violência ao idoso.

Pensando-se também na articulação interdisciplinar, o Serviço Social junto com as áreas da comunicação envolvidas no Projeto Renovar, visa uma atuação que tenha o objetivo de desenvolver ações de fortalecimento da proposta de mudança social almejada pelo projeto. O Serviço Social, inserido de maneira articulada, vem prestar consultoria social com o intuito de promover a garantia de direitos, bem como assegurar o acesso a esses direitos e de tornar visível as garantias legais do idoso, por vezes negligenciadas ou desconhecidas.

Com o objetivo de que sejam profissionais com visão ampla da realidade e que atuam de forma crítica em nosso ambiente de trabalho o Projeto Renovar possibilita a oportunidade dos envolvidos com o estudo refletirem sobre as condições do idoso institucionalizado, e a partir dessa análise desconstruir alguns estereótipos vinculados às pessoas acima dos 60 anos. O adulto idoso é alguém que está vivo, sonha, deseja e sente e que encontra necessidade de manter relações interpessoais e de sentir-se parte da sociedade, este necessita comunicar-se, expor aos outros suas experiências vividas. O Projeto Renovar busca dar visibilidade a este sujeito.

Os assistentes sociais, bem como os profissionais da área da comunicação, buscam através do Projeto Renovar a valorização do idoso, promovendo ações que evitem a perda da individualidade e de representação enquanto parte integrante do coletivo social, tendo em vista que são situações que também podem acontecer em Instituições de Longa Permanência para Idosos (ILP). Alguns desses estabelecimentos não respeitam a individualidade e singularidade de cada sujeito, tratam a eles como um coletivo destituído de impressões próprias sobre o mundo.



O Serviço Social procura dar visibilidade ao conflito capital versus trabalho, que origina situações cotidianas de desigualdades sociais, nas quais o indivíduo tem de lutar pelos meios de garantir seus direitos e sua reprodução social. Essas expressões da questão social vão sofrendo modificações diariamente e produzem uma demanda que deve ser observada, pensada e atendida pela sociedade.

Oliveira (2011), ainda demonstra como o assistente social deve se fazer presente nesses espaços institucionais, enquanto representante de luta e resistência em relação à questão social, pois segundo o autor quando assim ocorre, interferimos na direção social daquilo que está posto enquanto demanda institucional.

Trabalhar com mecanismos que mobilizem grupos de terceira idade e comunidades envolvidas com as condições sociais dos idosos deverá ser tarefa concebida pelo Serviço Social, pois, do contrário, a caminhada a ser percorrida traduzir-se-á em imobilismo social e profissional na vida cotidiana, transformando possibilidades em não acesso à garantia de direitos. (OLIVEIRA, 2011, p.116).

Inclusive, o idoso encontra-se diante dessa problemática, levando-se em consideração a maneira como esses sujeitos são vistos como limitados na atuação social. De maneira recorrente não se pensa em uma lógica de inserção desses idosos, mas sim de afastamento, como alguém que já não é mais útil na cadeia produtiva, caracterizando o processo de coisificação do sujeito.

Considerações finais

Considerando a discussão proposta no artigo, sobre interdisciplinaridade, comunicação e gerontologia, efetivada através da realização do Projeto Renovar, pode-se concluir que é preciso ter uma visão de homem que compreenda o ser em sua totalidade e subjetividade, não de maneira fragmentada, na qual apenas se acumula elementos de sua historicidade. Este enquanto ser social não é passível de análise e decomposição de aspectos que compõe sua vida. É preciso, pois, no âmbito de se compreender a realidade humana do adulto idoso, que se realize o movimento de reflexão e tencionamento entre as partes e o todo, para que a partir dessa atitude dialética possam surgir elementos complementares entre os dois, que propiciem a construção de um sentido total.



É visto que o adulto-idoso perdeu sua importância mercadológica na sociedade pós-moderna e foi deixado de lado tanto midiaticamente como economicamente. Assim, a comunicação, neste trabalho com serviço social, tem a capacidade e o dever de fornecer a visibilidade aos problemas e à vida deste segmento da população. Além de trabalhar na função de estreitar as relações do grupo com a sociedade, focando também o próprio público-alvo nesta construção.

Referências

BRASIL. Lei nº 8.842, de 04 de janeiro de 1994. **Dispõe sobre a Política Nacional do Idoso.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18842.htm>. Acesso em: 26 de mar. de 2013. 11h06min.

COSTA, Ruthe Corrêa da. **A terceira idade hoje sob a ótica do serviço social.** 1ª. ed. Canoas: Ulbra, 2007.

GOMES, Neuza Demartini. **Publicidade: Comunicação persuasiva,** 2008.

HOHFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. (orgs.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências.** Interdisciplinaridade e objeto de estudo da comunicação. Petrópolis: Vozes, 2001.

IAMAMOTO, Maria Villela. **O Serviço Social na Contemporaneidade: trabalho e formação profissional.** 21ª. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

OLIVEIRA, Jairo da Luz. **Tópicos especiais em serviço social I: gerontologia social.** 1ª. ed. Canoas: Ulbra, 2011.

PLAISANCE, Patrick Lee. **Ética na comunicação: princípios para uma prática responsável.** Porto Alegre: Penso 2011.

SÁ, Martins de; LIASH, Jeanet. **Serviço Social e Interdisciplinaridade: Dos fundamentos filosóficos à prática interdisciplinar no ensino, pesquisa e extensão.** 2ª. ed, São Paulo: Cortez, 1994.

VESTERGAARD, T & SCHOREDER. **A linguagem da propaganda.** 4ª ed. São Paulo: Martins, 2004.