



ISSN: 2310-0036

Vol. 2 | Nº. 8 | Ano 2017

Longo Chuva

Universidade Católica de Moçambique
muanchuva@hotmail.com

Nelson Ribeiro

Universidade Católica Portuguesa
nelson.ribeiro@fch.lisboa.ucp.pt



Rua: Comandante Gaivão nº 688
C.P.: 821
Website: <http://www.ucm.ac.mz/cms/>
Revista: <http://www.reid.ucm.ac.mz>
Email: reid@ucm.ac.mz
Tel.: (+258) 23 324 809
Fax: (+258) 23 324 858
Beira, Moçambique

Estratégias de Comunicação utilizadas em Escolas Secundárias para combate da Gravidez Indesejada na Adolescência

Communication Strategies Used in Secondary Schools to Combat Unintended Pregnancy in Adolescence

Resumo

As gravidezes indesejadas representam um dos problemas do desenvolvimento em muitos países. Em Moçambique, um dos principais motivos do número de adolescentes, especialmente do sexo feminino (em cada 10 raparigas ingressam no ensino primário, apenas 1.5% chegam ao ensino secundário), que abandonam a escola, está associado a uma gravidez indesejada. A UNFPA (2013) refere que anualmente, registam-se cerca de 9.300 casos. Perante a realidade, sugere-se, no presente, analisar as estratégias de comunicação utilizadas em campanhas destinadas à redução de gravidez na adolescência. A pesquisa espelha os resultados da Tese em Ciências da Comunicação. Assim sendo, a abordagem metodológica que sustenta o atual trabalho é mista, composta por um inquérito por questionário, entrevista e análise documental como técnicas de colheita de dados. Para o efeito, teve-se como referência a Escola Secundária de Tete, situada na capital da província do mesmo nome, na zona centro do país. Os dados colhidos revelam que as campanhas produzidas para combate de gravidezes indesejadas em adolescentes, ao nível das Escolas Secundárias de Tete, são significativamente pouco representativas do ponto de vista de conteúdo e veículos utilizados para a sua difusão, sendo que têm um impacto menor na influência do comportamento das adolescentes.

Palavras-chaves: Adolescente; gravidez indesejada; estratégias; comunicação.

Abstract

Unwanted pregnancies represent one of the developmental problems in many countries. In Mozambique, one of the main reasons for the number of adolescents, especially females (in every 10 girls entering primary school, only 1.5% reach secondary school), to drop out of school, is associated with an unwanted pregnancy. UNFPA (2013) reports that there are approximately 9,300 cases annually. Given the reality, it is suggested, at present, to analyze the communication strategies used in campaigns aimed at reducing teenage pregnancy. This research reflects the results of a thesis in Communication Sciences. Therefore, the current study uses a mixed methods approach, consisting of a questionnaire survey, interview and documentary analysis as techniques of data collection. For the purpose of this research, the Secondary School of Tete, located in the capital of the province of the same name, in the central zone of the country, was used as reference. The data collected reveal that the campaigns produced to combat unwanted pregnancies in adolescents at the level of Tete Secondary Schools are significantly unrepresentative from the point of view of content and vehicles used for their diffusion and have a minor impact on the influence of adolescent behavior.

Keywords: Adolescent; unwanted pregnancy; strategies; communication.

Introdução

A gravidez indesejada é um dos problemas de saúde pública a nível mundial que afecta directamente um número considerável de mulheres, com maior incidência nas adolescentes. Embora, anualmente, sejam várias as medidas encetadas pelos governos e parceiros nacionais e internacional da educação para fazer face a esta situação, o fenómeno continua tendo pouco impacto sobre a realidade. Como consequência, desencadeiam inúmeros problemas tanto de índole social, económico, político e religioso dificultando o desenvolvimento de nações inteiras. Neste sentido, Langer (2002) defende, a reprodução e o exercício da sexualidade numa base planeada.

Entretanto, a escola detém um papel crucial na influência e moldagem do comportamento da pessoa para com a sociedade, na medida em que pode consciencializar os indivíduos para as melhores praticas de gestão da sexualidade e reprodução humanas.

Neste quadro, reconhecendo o papel da escola como instituição socializante, e ao existir evidencias da sua ação no que diz respeito ao passado, questionamos: - como, a nível das escolas secundarias da cidade de Tete, são produzidas e recebidas as campanhas que visam combater o índice de gravidezes indesejadas em adolescentes?

O objetivo do presente artigo passa por, a partir desta questão, analisar as estratégias de comunicação utilizadas para o combate das gravidezes indesejadas em adolescentes nas Escolas Secundárias da cidade de Tete. Foi neste sentido, que a pesquisa foi conduzida. Numa primeira fase, procedeu-se à identificação das campanhas de comunicação experimentadas para o combate às gravidezes indesejadas em adolescentes; descrevendo, numa segunda fase, o modo como estas são produzidas e aplicadas.

Com base nesta análise procurou-se analisar que perceção detinham os visados sobre os conteúdos e a alternidade no seu modo de pensar e agir.

Metodologia

A abordagem da pesquisa adoptada é mista, isto é, combina métodos qualitativos e quantitativos (Gil, 2008; Lakatos & Marconi, 2003; Severino, 2007). Neste caso, a vertente qualitativa destinou-se à análise das estratégias de comunicação utilizadas para o combate das gravidezes indesejadas ao nível das escolas. Por seu turno, a vertente quantitativa, assentou na necessidade de produzir estatísticas, de forma a facultar uma melhor análise dos dados colhidos pelo inquérito.

Quanto à sua tipologia, a pesquisa descritiva-explicativa tem como objectivo primordial identificar, descrever e sugerir (Severino, 2007), estratégias de comunicação utilizadas para o combate das gravidezes indesejadas em adolescentes. Neste âmbito, provou ser uma melhor perspectiva para o registo e análise dos fenómenos ao procurar identificar as causas pelas quais ocorre, possibilitando assim uma melhor interpretação.

Quanto ao procedimento técnico, esta pesquisa subdividiu-o em três importantes fases. A primeira, observou a revisão bibliográfica e pesquisa documental, definição dos participantes do estudo e seleção das técnicas e instrumentos de recolha de dados.

Fizeram parte desta pesquisa, 90 alunas e 9 responsáveis da área de Género, Saúde Sexual e Reprodutiva, pertencentes a 9 Escolas Secundárias ao nível da Cidade de Tete nomeadamente: Escola Secundária de Tete (EST), Escola Secundária Francisco Manyanga (ESFM), Escola Secundária de Chingodzi (ESCH), Escola Secundária João S. Machado (ESJSM), Escola Secundária de Kassumbadedza (ESKD), Colégio Mundial (ESCM), Escola Secundária de Canongola (ESCN), Escola Secundária Luís João Diogo (ESLJD) e Escola Secundária de Dom Bosco (ESDB). A seleção foi feita usando a amostragem não probabilística por conveniência.

A aplicação dos instrumentos de recolha de dados, que representa a segunda fase da pesquisa, decorreu em duas fases distintas, durante as quais foram utilizados dois instrumentos diferentes. Num primeiro momento, a necessidade de compreender o modo como são estruturadas e aplicadas as campanhas de prevenção da gravidez na adolescência. E, num segundo momento, procurou-se compreender de que modo as campanhas são percebidas pelos adolescentes que estudam nas escolas secundárias da cidade de Tete.

Num primeiro momento, foram realizadas entrevistas semiestruturadas junto dos responsáveis para a área de Género, Saúde Sexual e Reprodutiva das Escolas Secundárias a nível da cidade de Tete. Nesta tipologia segundo Lakatos e Marcon (2003), o entrevistador tem a liberdade de desenvolver cada situação utilizando qualquer direcção que considere mais adequada. Assim, ele pode explorar de forma ampla uma questão. A sua natureza é de perguntas abertas e podem ser respondidas dentro de uma conversa informal. Num segundo momento, utilizou-se um inquérito por questionário, aplicado às alunas das escolas secundárias ao nível da cidade de Tete. Gil (2008) classifica os questionários quanto à formulação de questões, que podem ser do tipo perguntas fechadas, abertas e dependentes.

Foram estas tipologias pelas quais a pesquisa optou.

A terceira fase da pesquisa reservou-se à discussão dos resultados e redacção do relatório. Nesse sentido, procuraram-se ajustar os procedimentos à própria natureza da investigação (qualitativa-quantitativa). O programa *Excel* revelou-se uma ferramenta imprescindível para o tratamento de dados, sobretudo ao nível da construção de gráficos e tabelas necessárias para uma melhor interpretação da informação.

Apresentação, Análise e Discussão de Resultados

Os dados são apresentados e discutidos na sequência dos objectivos apresentados na introdução do artigo.

O levantamento preliminar permitiu verificar que segundo os Serviços Distritais de Educação, Juventude e Tecnologia da Cidade de Tete, durante o ano lectivo de 2018, foram registados 36 casos de gravidezes ao nível das escolas secundárias. Embora em termos numéricos possa parecer diminuto, esta realidade tem um impacto significativo nos indicadores demográficos, educacionais, económicos, políticos, sociais e culturais da população.

Segundo Hines e Jernigan (2012), as campanhas de comunicação estratégica são instrumentos que implicam a definição dos objectivos a alcançar, a identificação dos públicos-alvo a atingir, a determinação dos canais de comunicação a usar, a selecção das técnicas de comunicação mais ajustadas, bem como a situação e a criação de mensagens adequadas; devendo terminar com uma avaliação dos resultados obtidos quando comparados com os objectivos iniciais.

Os dados das entrevistas junto dos responsáveis da área de Género, Saúde Sexual e Reprodutiva ao nível das escolas secundárias que participaram neste estudo, revelam que o tipo de campanhas realizadas para o combate dá-se gravidezes indesejadas nas adolescentes utilizam predominantemente: eventos culturais e desportivos, teatro, debates em contexto de pós projecção de filmes, palestras, conversas (interpessoais) e reuniões de sensibilização. Nesse contexto, enquadram-se na terminologia de campanha de comunicação estratégica, pelo facto de terem alguns requisitos, sobretudo nos objectivos a alcançar em relação ao público-alvo e às técnicas de comunicação.

Percebe-se, pela análise sucinta das campanhas desenvolvidas para o combate de gravidezes indesejadas em adolescentes das escolas secundárias da cidade de Tete, que parte das técnicas empregadas não se ajustam à situação real escolar dos visados. As escolas ao realizarem as campanhas não avaliam os resultados desejados, limitando-se apenas a expô-las ao grupo-alvo, sempre que surja um evento especial e/ou oportuno. Por outro lado, os responsáveis da área do

Género, Saúde Sexual e Reprodutiva ao nível das escolas secundárias, foram quase unânimes, com excepção de um, que inclui as alunas de um clube de raparigas, ao referir que as campanhas de comunicação utilizadas são produzidas sem a participação dos alunos. O facto de se excluir uma faixa dos beneficiários na produção das campanhas torna-se um preditor que pode influenciar na aceitação da mesma por parte dos beneficiários membros da comunidade escolar. Sampaio (2015), defende, nesse sentido, uma comunicação produzida em comunidade, para o consumo interno.¹ O autor faz jus à necessidade de se produzir algo em “comum”, isto é, uma efectiva relação de interações que salvguarde a partilha de interesses, pois é desse espírito que vem o sentimento de pertença. Não obstante, a participação é, segundo Peruzzo (2006), a característica primordial na comunicação, esta é quem facilita o funcionamento dos meios de comunicação. Através dela, o cidadão, assim como a comunidade, conseguem produzir o que lhes interessa. Existem diversas formas de participação dos indivíduos na comunicação comunitária Peruzzo (2006), de entre elas destacam-se: a) *Participação nas mensagens*, isto é, o nível elementar da participação no qual a pessoa dá entrevistas, pede música, etc., mas, não tem o poder de decisão sobre a edição e transmissão; b) *Participação na produção e difusão de mensagens, materiais e programas*, que consiste na elaboração, edição e transmissão de conteúdos; c) *Participação no planeamento*, que consiste no envolvimento das pessoas no estabelecimento de políticas do meio comunicativo, na elaboração dos planos, formatos do meio e de programas, na elaboração dos objectivos e nos princípios de gestão; d) *Participação na gestão*, que consiste no envolvimento no processo de administração e controle de um meio de comunicação comunitária.

Verificou-se a não obrigatoriedade de participação dos alunos na construção da campanha, assim como, nos eventos para publicação.

Um dos grandes desafios que a comunicação encontra nos projetos de mobilização social é fazer com que ela seja gerada de forma participativa. Uma comunicação de índole desenvolvimentista não deve ser manipuladora, unilateral e autoritária, mas sim, dialética, libertadora e de ações coordenadas. Ela não significa transferência de saber ou conhecimentos, ela cria condições de

¹ Importa referenciar que, o termo “comunidade” é referenciado para indicar a comunidade académica (alunos, professores e direcção). Segundo Marconi e Lakatos (2004), o conceito de comunidade está essencialmente ligado ao solo, em virtude dos seus componentes viverem de maneira permanente em determinada área, além da consciência de pertencerem, ao mesmo tempo, ao grupo e ao lugar, funcionando em conjunto no que tange aos principais assuntos de suas vidas. Têm consciências das necessidades dos indivíduos, tanto dentro como fora de seu grupo imediato e, por essa razão, apresentam tendência para cooperar estreitamente.

intenção entre interlocutores, porque acredita que a coparticipação no diálogo faz com que o individuo seja capaz de transformar a realidade na qual está inserido, sem a imposição ou invasão alheia (Fragoso, 2006).

Há neste ponto de vista que reiterar a participação dos membros de uma comunidade escolar enquanto um ponto importante para que as estratégias de comunicação que visam a redução de gravidez nas escolas se efectivem da melhor forma, desobstruindo, assim, o processo de desenvolvimento da cidade, província e país no geral. Os dados das entrevistas aos responsáveis do Género, Saúde Sexual e Reprodutivo ao nível das escolas secundárias remetem para o facto de que a participação na produção de campanhas por parte dos membros da direcção das escolas, professores, assim como pais e encarregados de educação é muito baixa, com excepção de algumas alunas. As alunas que participaram, na sua maioria, somente ajudaram a emitir a mensagem, ou seja, estiveram na equipa apenas para difundir as mensagens já feitas ou que já foram planificadas e elaboradas.

Se a elaboração das campanhas de comunicação feitas pelas escolas secundária da cidade de Tete tivesse a participação de todos os intervenientes escolares (membros de direcções, professores, alunos e pais, encarregados de educação), de certeza que os seus impactos seriam melhores e com efeitos sociais positivos, uma vez que todos eles fazem parte de uma sociedade.

Portanto, os dados revelam que a aplicação das campanhas para o combate de gravidezes indesejadas nas adolescentes não se mostra tanto quanto criteriosa. Segundo os responsáveis da área de Género, Saúde Sexual e Reprodutivo das escolas secundárias, as campanhas elaboradas, são aplicadas através de cartazes, panfletos e materiais de vídeo e som, na maioria das vezes nos intervalos das aulas, nas reuniões, com uma frequência que varia entre uma vez a semana ou mês, dependendo da disponibilidade das partes, neste caso, dos alunos e destes mesmos responsáveis de área de Género Saúde Sexual e Reprodutiva. Em últimos casos, professores de algumas disciplinas curriculares a nível da escola, tem no decurso da leccionação, feito referencia a necessidade de combate desta realidade.

Sampaio (2015), exalta a existência de um conjunto de ferramentas e técnicas que podem ser mais cativantes e abrangentes a esta camada juvenil, ao que, facilitaria a participação e comunicação com a comunidade (jovens). O aproveitamento da Internet e seus recursos (redes sociais), é de acordo com o autor, um maior raio de abrangência na mobilização de pessoas, mas há que assegurar na sua selecção que as mesmas sejam disponíveis e acessíveis para a maioria da população ou membros da comunidade. As escolas secundárias da cidade de Tete,

principalmente as que se encontram localizadas mais na zona urbana, estão em condições de utilizar esses meios para o sucesso das suas campanhas, em detrimento das que estão localizadas um pouco mais afastadas do centro da cidade. Ademais, outras das formas não digitais, como o Jornal Mural e Fanzines, corroborariam no mesmo sentido. Os cartazes e os panfletos utilizados, não tem uma abrangência e nem tem um poder forte de mobilização, principalmente, no contexto em que são aplicadas.

Apoiando-se nos meios presentes em Sampaio (2015), visualiza-se diferenças consideráveis na aplicação desses programas de comunicação. Exemplo disso seria: a) a utilização das redes sociais, um veículo, muito comum entre alunos da faixa etária do secundário e que se mostra presente entre a maioria destes, nas escolas secundárias a nível da cidade de Tete; b) o desenho de um jornal escolar impresso, que pode ser desenvolvido com a envolvência dos demais intervenientes escolares (membros de Direcção, Professores, Alunos e Pais e Encarregados de Educação) atribuindo-os responsabilidades como nas entrevistas, pesquisa de notícias, redacção, dentre outras funções relacionadas a produção de um jornal; c) o Jornal de Mural; d) os Fanzines ou Zines tem a mesma forma de produção como a de jornal escolar, diferenciando-se na criatividade, estes fariam grande diferença por causa da sua natureza bastante atractiva.

Por outro lado, uma das motivações para o fraco desempenho das campanhas de comunicação produzidas no âmbito do combate a gravidez indesejada é a periodicidade assistemática. O facto de as disporem numa variação semanal e/ou mensal, em espaços que variam de 5 a 15 minutos (intervalos), por dependência da disponibilidade dos responsáveis, é o preditor desta realidade.

Segundo O'Sullivan, Morgan e Merritt (2003), a mudança de comportamento no individuo, esta dependente da necessidade dê-se perceber esse aspecto, para se possa tomar melhores decisões. O processo de mudança é assim recorrente do: a) *Pré-conhecimento*, a fase em que os indivíduos não têm conhecimento aparente sobre a realidade; b) *Conhecimento*, fase em que os indivíduos têm consciência da realidade e detém informação sobre os factores e/ou comportamento associado; c) *Aprovação*, como o próprio termo sugere, é a fase em que os indivíduos, para além de ter conhecimento da realidade, identifica e aprova um comportamentos ajustado a realidade; d) *Intenção*, fase em que o público-alvo desdobra-se em praticar comportamentos adequados; e) *Prática* - fase em que se atinge o objectivo, mudança de comportamentos; f) *Advocacia*, a fase em que para além de praticar comportamentos adequados, os indivíduos ajudam com que outros mudem também seus padrões de comportamentos.

Em termos de análise dos conteúdos produzidos nas campanhas, informação difundida e nível de percepção da mensagem, as alunas entrevistadas demarcam terem-se confrontado com conteúdos ligados a Casamento Prematuro, Prevenção de HIV e SIDA, Planeamento Familiar e Gravidezes Precoces. Consideram que a metodologia utilizada para difusão das mensagens pelos preponentes simples, descontraídas, baseados no respeito. Portanto, consideram que algumas dessas informações em campanha, as ajudam nos vários aspectos da vida, como o facto de terem de praticar a abstinência; utilização do preservativo nas relações sexuais; desenvolver dialogo sobre sexualidade com o parceiro, familiares e amigos. Portanto, segundo FANTA (2012), a mudança de comportamento não resulta directamente da provisão de informação correcta acerca da realidade. Por essa razão, mostra ser necessário além da provisão da informação, associar ao contexto em que se vivencia, envolver a cultura das redes sociais, procurar-se apelar o equilíbrio comportamental e utilização da racionalidade na opção pelas decisões. Não basta que os responsáveis da área de Género, Saúde Sexual e Reprodutiva nas escolas secundárias deem informações, há necessidade de observarem antes, aspectos relacionados com a produções intervenção, os factores chaves que circundam o comportamento humano e o contexto social em que são vivenciados. Segundo a USAID (2017), a comunicação para a mudança social e de comportamentos diz respeito ao uso de forma estratégica de mensagens e abordagens de comunicação com a finalidade de promover mudanças no conhecimento, atitudes, normas, crenças e comportamentos de um individuo assim como de uma sociedade no cômputo geral. Essas mensagens e abordagens são propaladas a diferentes níveis sociais, através de uma variedade de canais. Os conteúdos programáticos são feitos com base em dados existentes e seguem um processo sistemático, garante-se também uma análise neste mesmo processo de modo que se identifique as barreiras e motivações e assim mudar e projetar um conjunto abrangente de intervenções personalizadas que vão promover os comportamentos desejados.

Está mais que claro que todas as acções que visam mudança de comportamento do indivíduo no geral, assim como dos alunos numa forma específica, devem obedecer uma estrutura a alcançar objectivos previamente traçados.

Conclusão

Os dados colhidos, revelam que as campanhas produzidas para combate de gravidezes indesejadas em adolescentes, ao nível das Escolas Secundárias de Tete, são significativamente pouco representativas subponto de vista de conteúdo e veículos utilizados para sua difusão,

sendo que, têm um impacto menor, na influência do comportamento das adolescentes. Fica claro que, o conteúdo e os veículos a adoptar na difusão de informação, qualquer ela que seja, é um factor de extrema importância em processos de mudança comportamental. A esse respeito, um dos dados que sustenta esta realidade é a consciência fragmentada com que os adolescentes captam e memorizam assuntos relativos aos eventos de sensibilização escolar contra gravidezes indesejadas. Nesse sentido, todas as acções que visam mudança de comportamento do indivíduo devem obedecer a uma estratégia de modo a que possam alcançar os objectivos definidos. Sugere-se assim que para o sucesso das campanhas desenvolvidas a nível das escolas secundarias de Tete, possa-se aprimorar dos vários modelos existentes, um modelo que mais se encaixe ao contexto local e que permite uma participação considerável dos preponentes. Por esta via, melhor impacto possa se produzir, sob ponto de vista da influência na mudança de comportamento. **Referências Bibliográficas**

Gil, A, C. (2007). *Métodos e técnicas de Pesquisa Social* (5ª. ed.). São Paulo: Atlas.

Peruzzo, C. M. K. (s.d). *Direito à Comunicação Comunitária, Participação Popular e Cidadania*. Recuperado em [file:///C:/Users/LABCONTA4/Downloads/145-376-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/LABCONTA4/Downloads/145-376-1-PB%20(1).pdf)

Reis, M. F. & Tauk Santos, M. S. (2011). *Comunicação para o Desenvolvimento: experiências de Participação Comunitária nas Políticas Públicas de Cultura de Pernambuco*. Recuperado em <http://www.ipea.gov.br/code2011/chamada2011/pdf/area9/area9-artigo12.pdf>

Tengler, H. & Laissonne, E. (2015). *Habilidade de Vida, Saude Sexual e Reproductiva, Genero e HIV&SIDA*. Beira, Moçambique.

FANTA (2012). *Avaliação da Comunicação para a Mudança Social e de Comportamento (CMSC) nos Programas de Assistência Multi-Anual (MYAPs) de Título II do Escritório de Food for Peace da Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional (FFP/USAID) em Moçambique*. Maputo, Moçambique.

Fragoso, P. M. A. (2006). *Estratégias de comunicação para inclusão social: uma análise das metodologias de inclusão digital do IN'FORMAR pelos jovens da comunidade do Pilar em Recife, PE*. Recuperado em <http://unesav.com.br/ckfinder/userfiles/files/Estrategias%20de%20comunicacao%20Inclusao%20social.pdf>

- Fundo das Nações Unidas para a População - UNFPA (2013). *Gravidez na Adolescência: desafios e respostas de Moçambique*. Moçambique.
- Gil, A. C. (2008). Métodos e técnicas de Pesquisa Social (6ª. ed.). São Paulo, Brasil: Atlas.
- Lakatos, E. M. & Marconi, M. A. (2003). *Fundamentos de Metodologia Científica* (5ª. Eded.). São Paulo: Atlas
- Langer, A. (2002). El embarazo no deseado: Impacto sobre la salud y la sociedad en América Latina y el Caribe. *Rev. Panam Salud Publica*, 192-201. Recuperado em <http://www.scielosp.org/pdf/rpsp/v11n3/9402.pdf>
- O'Sullivan, G. A., Yonkler, J. A., Morgan, W. & Merritt, A. P. (2003). *A Field Guide to Designing a Health Communication Strategy*. Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health / Center for Communication Programs. Disponível em <http://ccp.jhu.edu/documents/A%20Field%20Guide%20to%20Designing%20Health%20Comm%20Strategy.pdf>
- Peruzzo, C. M. K. (2006, Setembro). *Revisitando os Conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária*. Comunicação apresentada no XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da INTERCOM, Brasília-DF, Brasil. Recuperado em <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/116338396152295824641433175392174965949.pdf>
- Sampaio, A. O. (2015). *Comunicação Comunitária, Minha Casa, Nossas Vidas: Construção Coletiva do Plano de Desenvolvimento Territorial Sustentável do Residencial Bosque das Bromélias*. Salvador-BA, Brasil.
- Severino, A. J. (2007). *Metodologia do Trabalho Científico* (23ª. Eded.). São Paulo, Brasil: Cortez Editora.
- USAID (2017). *Comunicação para a Mudança Social e de Comportamento para Preparação de Emergência*. Recuperado em <https://healthcommcapacity.org/wp-content/uploads/2017/08/Kit-de-Implementacao.pdf>
- Hines, A. & Jernigan D. (2012). Developing a Comprehensive Curriculum for Public Health. *Advocacy Health Promotion Practice*, 13 (6) p.733–737