RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

CONTRIBUTO DAS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO NA MUDANÇA DE COMPORTAMENTO DAS COMUNIDADES LOCAIS: ESTUDO SOBRE CAMPANHA DE PREVENÇÃO DA CÓLERA NAS COMUNIDADES DO DISTRITO DE MONAPO

CONTRIBUTION OF COMMUNICATION STRATEGIES IN CHANGING THE BEHAVIOUR OF LOCAL COMMUNITIES: STUDY ON THE CHOLERA PREVENTION CAMPAIGN IN COMMUNITIES IN MONAPO DISTRICT

CONTRIBUCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN EL CAMBIO DE COMPORTAMIENTO DE LAS COMUNIDADES LOCALES: ESTUDIO SOBRE LA CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DEL CÓLERA EN LAS COMUNIDADES DEL DISTRITO DE MONAPO

Palmira Antonio Rapissone[1], Noroay Antonio Rapissone[2], Dino Joaquim[3], Isac Joaquim Presse[1]

e616149
https://doi.org/10.47820/recima21.v6i1.6149

PUBLICADO: 1/2025

RESUMO

A cólera é uma doença epidémica causada pelo vibrião colérico, ela apresenta alta taxa de prevalência na época chuvosa e elevadas taxas de morbi-mortalidade. Comumente, a população do distrito de Monapo tem oferecido uma certa resistência em acatar as mensagens difundidas durante as campanhas de sensibilização sobre as medidas de prevenção da cólera. Este estudo teve como objetivo averiguar se as estratégias de comunicação adoptadas na sensibilização para a prevenção da cólera em Monapo contribuem para a mudança de comportamento da comunidade local. A pesquisa foi desenvolvida com recurso a uma metodologia qualitativa. Os dados foram colhidos através de entrevistas e análise documental. Os resultados desta pesquisa mostram que as estratégias de comunicação utilizadas para a realização de campanhas de sensibilização não geram mudanças significativas de comportamento. Embora estas estratégias sejam desenhadas com o objetivo principal de instar as pessoas a mudarem de comportamento, uma minoria afirmou terem contribuído para a mudança de comportamento face a situação da cólera. O desenvolvimento deste estudo permitiu medir a eficácia das estratégias usadas nas campanhas para a prevenção da cólera e as tendências comportamentais da população no distrito de Monapo. Estes dados poderão ser úteis na tomada de decisões pelas entidades de Saúde para melhorar a condição sanitária da população.

PALAVRAS-CHAVE: Campanhas de sensibilização. Estratégias de comunicação. Comunicação em Saúde. Mudança de Comportamento.

ABSTRACT

Cholera is an epidemic disease caused by the cholera vibrio. It has a high prevalence rate in the rainy season and high morbidity and mortality rates. The population of the Monapo district has often been reluctant to accept the messages disseminated during awareness campaigns on cholera prevention measures. The aim of this study was to find out whether the communication strategies adopted to raise awareness of cholera prevention in Monapo contribute to changing the behavior of the local community. The research was carried out using a qualitative methodology. Data was collected through interviews and document analysis. The results of this research show that the communication strategies used to carry out awareness campaigns do not generate significant changes in behavior. Although these strategies are designed with the main aim of urging people to change their behavior, a minority said they had contributed to changing their behavior in the face of the cholera situation. This study made it possible to measure the effectiveness of the strategies used in cholera prevention campaigns and the behavioral trends of the population in Monapo district. This data could be useful for health authorities to make decisions to improve the health status of the population.

KEYWORDS*: Awareness Campaigns. Communication Strategies. Health Communication. Behaviour Change.*

[1] Universidade Lurio - Centro de Estudos Interdisciplinares Lúrio.
[2] UniLúrio Business School- Departamento de Estágio e Mobilidade Académica.
[3] Faculdade de Ciências Sociais e Humanas – Departamento de Turismo e Hotelaria.

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

RESUMEN
El cólera es una enfermedad epidémica causada por el vibrio colérico, que presenta una alta tasa de prevalencia durante la temporada de lluvias y elevadas tasas de morbilidad y mortalidad. Comúnmente, la población del distrito de Monapo ha mostrado cierta resistencia a aceptar los mensajes difundidos durante las campañas de sensibilización sobre las medidas de prevención del cólera. Este estudio tuvo como objetivo averiguar si las estrategias de comunicación adoptadas en la sensibilización para la prevención del cólera en Monapo contribuyen al cambio de comportamiento de la comunidad local. La investigación se desarrolló utilizando una metodología cualitativa. Los datos fueron recogidos a través de entrevistas y análisis documental. Los resultados de esta investigación muestran que las estrategias de comunicación utilizadas en las campañas de sensibilización no generan cambios significativos de comportamiento. Aunque estas estrategias se diseñan con el objetivo principal de instar a las personas a cambiar su comportamiento, una minoría afirmó que contribuyeron al cambio de comportamiento ante la situación del cólera. El desarrollo de este estudio permitió medir la eficacia de las estrategias utilizadas en las campañas de prevención del cólera y las tendencias de comportamiento de la población en el distrito de Monapo. Estos datos podrán ser útiles en la toma de decisiones por parte de las entidades de Salud para mejorar la condición sanitaria de la población.

PALABRAS CLAVE: *Campañas de sensibilización. Estrategias de comunicación. Comunicación en Salud. Cambio de Comportamiento.*

1. INTRODUÇÃO

Em Moçambique, a cólera é uma doença que atinge alta taxa de prevalência e morbidade, principalmente na época chuvosa, constituindo um grave problema de saúde pública. O Ministério de Saúde (MISAU) tem desenvolvido, por intermédio das suas Direções provinciais, campanhas de comunicação para a prevenção da cólera ao nível de todos os distritos. Entretanto, a população do distrito de Monapo, na província de Nampula, apresenta uma certa resistência em acatar as mensagens difundidas durante estas campanhas.

As campanhas de comunicação em saúde assumem um papel importante nas comunidades locais, sobretudo em comunidades onde as populações adotam comportamentos menos recomendáveis, motivadas por questões de diversas naturezas, sejam culturais, políticas ou sociais. Elas são utilizadas com maior enfoque para influenciar e ajudar as pessoas a optarem pela adoção de comportamentos convencionais e que preservem o bem-estar da própria comunidade. Neste sentido, no entendimento de Ramos (2012), a comunicação em saúde é uma área que tem merecido atenção de vários estudiosos da comunicação, pois a comunicação é uma peça fundamental que se encontra presente em todas esferas dos serviços de saúde, desde os cuidados de saúde realizados pelos profissionais nas unidades sanitárias até no processo de educação em saúde, perspectivando a mudança de comportamento. A comunicação em saúde é igualmente indicadora da qualidade dos serviços de saúde existentes a diversos níveis, ela é utilizada pela sua capacidade de incorporar aspetos culturais tanto ao nível sanitário como ao nível dos programas implementados nas comunidades.

O desenvolvimento de campanhas de comunicação para a saúde que compreendem todo o mundo, tem se mostrado uma ferramenta bastante eficiente e eficaz na persuasão à mudança de

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

comportamento das comunidades, visando a adoção de comportamentos adequados que preservem e promovam a saúde das comunidades (Arroz, 2017).

Assim, no distrito de Monapo, regista-se uma certa resistência na aceitação das mensagens difundidas durante as campanhas de prevenção para o combate à cólera. Nesta perspectiva, questionamos: - será que as estratégias de comunicação empregues nas campanhas de sensibilização para a prevenção da cólera contribuem para a mudança de comportamento nas comunidades do distrito de Monapo?

O objetivo do presente artigo é o de averiguar se as estratégias de comunicação adotadas na sensibilização para a prevenção da cólera em Monapo contribuem para a mudança de comportamento da comunidade local. Foi neste contexto que o artigo foi conduzido. Num primeiro momento, optou-se pela determinação das campanhas de comunicação desenvolvidas para a prevenção e combate à cólera no distrito de Monapo; explicando, num segundo momento, o modo como estas são desenhadas e implementadas.

Com base nesta avaliação, buscou-se compreender a perceção dos destinatários em relação aos conteúdos das mensagens difundidas durante as campanhas de comunicação para a prevenção da cólera e o seu entendimento sobre o objetivo das campanhas, perspectivando compreender o seu modo de pensar em relação as informações passadas nas campanhas e verificar se as estratégias de comunicação adotadas contribuem para a mudança de comportamento das comunidades do distrito de Monapo.

O estudo sobre estratégias de comunicação para a prevenção da cólera é essencial para entender a eficácia das intervenções na mudança de comportamento comunitário. Para obter informações qualitativas sobre as experiências e perceções da população-alvo em relação a essas estratégias, foram utilizadas entrevistas semiestruturadas. Através das entrevistas, tivemos a oportunidade de aprofundar-se nas vivências dos participantes sobre as estratégias de comunicação adotadas para a prevenção da cólera. Esse método permitiu a coleta de dados detalhados, possibilitando uma compreensão mais aprofundada dos fatores que influenciam a mudança de comportamento comunitário.

Outra metodologia aplicada neste estudo foi a análise documental. Isso envolveu a revisão de documentos relevantes, como relatórios anteriores sobre intervenções de prevenção da cólera, campanhas de conscientização e políticas de saúde pública relacionadas. Esses documentos forneceram informações adicionais sobre as estratégias implementadas, seu impacto percebido e possíveis desafios enfrentados.

Ao combinar entrevistas semiestruturadas, entrevistas estruturadas e análise documental, este estudo visava obter uma compreensão abrangente da eficácia das estratégias de comunicação para a prevenção da cólera na mudança de comportamento comunitário. Essas metodologias qualitativas permitiram uma abordagem contextualizada, fornecendo *insights* valiosos para aprimorar e desenvolver futuras intervenções de saúde pública.

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

2. ASPECTOS TEÓRICOS

2.1. Estratégias de Comunicação

Atualmente, as estratégias de comunicação têm sido utilizadas pelos diferentes setores de actividade, setor empresarial, organizações sociais, militares, de saúde, entre outras, com a intenção de aprimorar os seus relacionamentos com os clientes, visando a atração, retenção e fidelização deles.

Ao falarmos em estratégias de comunicação, encontramos algumas com aplicação direta nas cidades. Estas estratégias têm por finalidade persuadir a população para optar por um determinado tipo de comportamento, a saber: campanhas de aconselhamento; campanhas de mudança de comportamento; e campanhas de caráter social. As campanhas de aconselhamento têm por finalidade impactar os munícipes de acordo com os objetivos do município (Moretti; Oliveira; Silva 2012). As campanhas de mudança de comportamento, por sua vez, são campanhas de sensibilização que têm como intenção sensibilizar os cidadãos a optarem por um certo tipo de comportamento que contribua para a melhoria das condições de vida. Por último, as campanhas de caratér social são as que se fazem em conjunto entre o Conselho Municipal e o Governo, com a finalidade de levar à mudança de atitude dos cidadãos (Arroz, 2017; Camilo, 1998; Elias, 2015).

No caso das campanhas de sensibilização para a prevenção da cólera, é fundamental usar estratégias de comunicação que se adeqúem às comunidades, de forma que a informação chegue e toque o público desejado. O tipo de meios a usar, a linguagem, o tipo de mensagem, a postura a ser adotada pelos agentes de saúde são igualmente uma forma de comunicar aspetos importantes a considerar (Mayer; Avila, 2010). Não levar estes elementos em consideração, poderá contribuir em grande medida para fracos resultados. Nesta medida, faz-se referência as estratégias de comunicação em saúde que tem sido uma ferramenta de comunicação bastante discutida pelos estudiosos das áreas de comunicação em saúde, perspectivando a melhoria da qualidade da relação entre profissional de saúde e utente dos serviços de saúde.

As estratégias de comunicação têm merecido a atenção nos cuidados paliativos dos pacientes; nos cuidados de enfermagem; no desenvolvimento de programas de saúde junto das comunidades; nos programas de prevenção entre outros (Santos; Garcia, 2015). Estes autores apresentam as principais estratégias de comunicação em saúde, classificando-as em dois diferentes grupos, a saber: estratégias verbais e não verbais.

2.2. Campanhas de sensibilização para a mudança de comportamento

As campanhas têm sido utilizadas como uma importânte ferramenta de persuasão das pessoas para a mudança de comportamentos e estilos de vida que prejudicam as comunidades.

As campanhas podem ser definidas de várias formas, desde ser um conjunto de ações desenvolvidas por determinada entidade para chamar a atenção das comunidades sobre um tema importante e orientá-las para possíveis soluções, como serem entendidas como acúmulo de esforços

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

para fazer a diferença perante um determinado problema ou assunto (Chiaravalloti *et al.,* (2002). De acordo com Miguel (2002), a campanha remete à acepção de esforços conjuntos e diversos, de caráter extraordinário, com foco na consecução de um objetivo comum.

Estas definições mostram que, para acontecer uma campanha, é preciso a existência de pessoas e de um problema ou assunto de interesse. Em várias áreas sociais estas são realizadas para aderência a um certo serviço, produto, ação ou ideal. As campanhas de sensibilização visam fundamentalmente a persuasão dos indivíduos nas comunidades para optarem por condutas e práticas aceitáveis socialmente e que preservem o bem-estar e a saúde da coletividade, objetivando uma possível mudança de comportamentos de risco para comportamentos que vão ao encontro daqueles recomendados.

Para este tipo de campanha, Ruschmann, Tornelim, Cabrale e Buratto (2009) aconselham um alto investimento em meios de divulgação como o uso de panfletos, folhetos, dísticos, autocolantes, produtos promocionais/brindes (camisetas, sacos plásticos e de materiais recicláveis ou orgânicos, esferográficas, chapéus), carro de som, rádio*, e-mails* direcionados, *sites*, redes sociais, como forma de chamar a atenção do público, criar interesse pela mensagem e informação e depois adesão à mesma.

Tendo em consideração todos estes aspetos, as campanhas de sensibilização a respeito da prevenção à cólera ou outro problema social, poderá haver fortes garantias de uma mudança, para melhor.

No entendimento de Saraceni e Leal (2003), as campanhas de sensibilização em saúde têm apresentado resultados confiáveis, sobretudo quando são desenvolvidas tendo como foco a resolução de um problema de saúde sentido e vivenciado pela população e quando há maior envolvimento e participação comunitária. Assim, para reforçar este posicionamento, recorremos aos achados de Snyder, Whipple, Tucker e Merrits (2003), que referem a grande potencialidade das campanhas de sensibilização na promoção da saúde. Entretanto, as intervenções sociais derivadas de campanhas nem sempre apresentam os resultados desejados.

Para fazer face a este cenário, Júnior (2017); Baquero *et al.,* (2021); Murta (2007) e Freire (1977) pregam sobre a necessidade de maior envolvimento comunitário das populações nos programas destinados a elas. Enfatizando que este envolvimento aumenta a capacidade de uma comunidade identificar e abordar as suas próprias necessidades, ao mesmo tempo que gera soluções locais para os problemas. Reforçam ainda que o envolvimento comunitário estimula a capacidade da comunidade trabalhar em prol do objetivo comum. Compreender como as comunidades percebem e compreendem um problema é necessário para projetar intervenções adequadas. O envolvimento com os membros da comunidade é crucial para a construção de confiança e aceitação dos programas (Pereira; Costa, 2010; França *et al.,* 2010; Neto *et al.,* 2013).

Neste contexto, Pinheiro e Zeitoune (2008); Hora *et al.,* (2003) defendem a pertinencia de uma pré-avaliação e conhecimento sobre as condições sociais e econômicas da população, dando-

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

se maior atenção à fatores como o nível de escolariade, linguas faladas e questões de natureza econômica, pois estes aspetos auxiliarão na determinação do tipo de informação, das estratégias e meios a serem utilizados para fazer chegar a informação ao público-alvo durante as campanhas.

O desenvolvimento de campanhas de comunicação em comunidades rurais e periuranas como é o caso das do presente estudo, deve-se dar primazia a aspetos culturais e sociais das comunidades em que se pretende desenvolver os programas de saúde. A questão da lingua falada por essas comunidades encontra-se no centro da escolha das componentes linguísticas, dos meios de comunicação e das técnicas que serão definidas e utilizadas no processo comuticativo, permitindo que haja maior interação e compreensão entre os intervenientes presentes na disseminação de mensagens das campanhas de comunicação (Jambe, 2021; Rodrigues, 2002; Ramos, 2012; Mayer; Avila, 2010).

2.3. Campanhas de comunicação em saúde

A comunicação em saúde tem se mostrado cada vez mais atual e imprescendivel e uma atenção especial tem sido dada a comunicação, sobretudo no desenho de políticas públicas visando a melhoria contínua da condição de saúde da população (Polejack; Almeida Machado; de Souza Santos; Guambe, 2020).

Nesta seção, são elencados estudos similares realizados sobre comunicação em saúde, desenvolvidos tanto em Moçambique como em outros quadrantes. A comunicação em saúde encontra-se diretamente ligada à situação de redução de doenças nas comunidades. Assim, destacamos o estudo desenvolvido por Oliveira, Viana, Lima, Rodrigues e Andrade (2022) cujo objetivo era o de sensibilizar a população sobre o câncer da mama por intermédio de testemunhos e fotografias de pessoas vivendo com o câncer da mama. O estudo teve como público-alvo pessoas maiores de 18 anos, portadoras de câncer de mama, amigos e familiares de pessoas vivendo com esta doença. A campanha foi desenvolvida nas redes sociais, mas também se acautelou o uso de médias, nomeadamente rádios comunitárias. Os resultados do estudo evidenciam que embora o contexto do estudo tenha sido em momento de pandemia da Covid-19, a campanha contribuiu para levar a informação relevante sobre o cancro da mama às comunidades, embora sua veiculação tenha sido feita por intermédio exclusivo de tecnologia digital.

Assim, achamos pertinente trazer o estudo desenvolvido por Chuva e Ribeiro (2017) sobre estratégias de comunicação utilizadas em escolas secundárias para combate da gravidez indesejada, com objetivo de analisar as estratégias de comunicação empregues em campanhas destinadas à redução de gravidez indesejada em adolescentes nas escolas secundárias da cidade de Tete, com metodologia de abordagem mista, sendo a análise qualitativa destinada à análise de estratégias de comunicação usadas para o combate de gravidezes indesejadas nas escolas e a quantitativa para produzir estatísticas. Fizeram parte do estudo 90 alunas e 9 responsáveis da área de género, saúde sexual e reprodutiva de 9 escolas secundárias da cidade de Tete. Os dados mostram que as

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

campanhas de comunicação para o combate às gravidezes indesejadas servem-se preferencialmente de atividades e eventos culturais como o teatro, debates, projeção de filmes e outras formas de entretenimento. Existe um grande défice de monitoria e avaliação dos resultados alcançados pelas campanhas. Estas campanhas limitam-se essencialmente em divulgar informações. Não há participação das raparigas no processo de elaboração e desenho dessas campanhas, fato que pode condicionar a aceitação delas. As campanhas são feitas sem observância de uma periodicidade sistemática. Os resultados do estudo evidenciam que as campanhas não são representativas sob ponto de vista de divulgação e conteúdo das informações.

Destaca-se, igualmente o estudo conduzido por Guambe, Francisco e Cardoso (2019) com o objetivo de investigar a promoção da Informação, Educação e Comunicação (IEC) em saúde para a população de homens que fazem sexo com homens (HSH) em áreas urbanas de Moçambique. Este estudo contou com a utilização de entrevista como técnica de recolha de dados e fizeram parte da pesquisa 122 HSH para conhecer suas necessidades relacionados a materiais sobre saúde sexual, caraterizar as categorias de grupos-alvo no contexto moçambicano e abordar os vetores de comunicação viáveis para a transmissão de mensagens sobre saúde. A análise de dados foi feita com auxílio de técnicas qualitativas inspiradas na cartografia e na fenomenologia. Os resultados evidenciam uma escassa divulgação de informações em saúde para os HSH, assim como uma grande exiguidade de programas de Aconselhamento e Testagem em Saúde (ATS) e ainda mostram que a discriminação e o receio de se expor continuam sendo desafios para a afluência e uso dos serviços de saúde.

Um outro estudo desenvolvido por Andrade *et al.,* (2020) que visava analisar as campanhas nacionais sobre dengue, zika e chikungunya, realizada pelo Ministério de Saúde brasileiro, com metodologia de pesquisa qualitativa, realizado no período compreendido entre 2014 e 2015, onde foram analisadas 17 peças de campanhas desenvolvidas pelo ministério de saúde. Dentre outras conclusões o estudo faz referência que as técnicas de produção do material de campanha são técnicas usadas para produção de material comercial, não fazendo distinção ao fato de ser um direito universal e não um produto comercial. Verificou-se que a transmissão de informações é feita de forma unilateral, contrariando as recomendações da educação e comunicação em saúde que pressupõe que as ações de intervenção devem ser pensadas tendo como base um modelo de comunicação dialógico e elaboração de estratégias de comunicação que promovam o agir comunicativo e a transformação das atitudes e comportamentos dos indivíduos.

Santos, Andrade, Guimarães e Gomes (2010), no seu estudo comunicação em saúde e segurança do doente: problemas e desafios, apresenta, dentre outras, à seguinte conclusão: a necessidade de comunicação descentralizada para assegurar a qualidade comunicacional entre profissionais de saúde e utentes.

Uma pesquisa desenvolvida por Lima, Glowacki, Barroso, Fonseca, Zancan e Silveira (2021) sobre as estratégias de comunicação em saúde mental em tempos de pandemia, cujo objetivo era o

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

de relatar uma experiência de comunicação em saúde mental acessível e prática, veiculada a partir da produção de materiais digitais durante a pandemia da Covid-19, o método foi caraterizado como o relato da experiência que descreve uma estratégia de comunicação em saúde mental que visava a promoção da saúde mental e do bem-estar durante o período de confinamento. Apresentou como resultados: que as estratégias de comunicação em saúde podem auxiliar na melhoria das condições de saúde e diminuição de danos e perigos à saúde.

Destaca-se ainda o estudo de Vassoa e Mambo (2021), relativo à comunicação social em tempo de pandemias, com o objetivo de analisar à eficácia da mensagem veiculada pelos meios de comunicação social na prevenção do COVID-19 em Moçambique. Para o estudo foi feita uma amostragem intencional, tendo-se escolhido as campanhas de prevenção e combate a COVID-19 publicadas pela Rádio Moçambique (RM), a Televisão de Moçambique (TVM) e as rádios comunitárias do distrito de Monapo, em Nampula, e Voz Coop, em Maputo. O estudo foi baseado em uma abordagem qualitativa, a técnica de recolha de dados usada foi análise documental (audição e visualização de materiais de comunicação sobre a Estratégia de Prevenção e Resposta à Pandemia da COVID-19). O estudo verificou que a mensagem veiculada pelos órgãos de comunicação social nem sempre produz efeitos desejados. Verificou-se o incumprimento das medidas de prevenção, demostrando uma descrepância entre a conduta e as perceções dos indivíduos face as mensagens difundidas pelos *medias* sobre a COVID-19. Evidenciou ainda que os meios de comunicação social por si só podem não ter a capacidade de produzir mudanças de comportamentos, entretanto a conjugação com outros atores sociais mostram-se capazes de incitar mudança de comportamento.

O estudo sobre comunicação para promoção da saúde: as campanhas publicitárias sobre tuberculose no Brasil, da autoria de Rosseto *et al.,* (2017) cujo objetivo era o de analisar o conteúdo de campanhas publicitárias sobre tuberculose produzidas no Brasil pelo Ministério da Saúde, foram analisadas as campanhas desenvolvidas nos anos de 2007, 2008, 2010 e 2011. Os resultados do estudo mostram a conscientização individual e o autocuidado, como estratégias divulgadas nas campanhas, entretanto, prioriza-se a prevenção por intermédio de atitudes de vigilância. Outra constatação faz referência ao fato de as imagens utilizadas nessas campanhas analisadas apresentarem elementos pouco representativos do universo das pessoas assoladas pela doença.

3. MÉTODOS

A abordagem da pesquisa utilizada é qualitativa, isto é, a pesquisa qualitativa é aquela em que o objetivo da investigação não pode ser quantificável e o investigador auxilia-se dela para interpretar fenómenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa (Matias-Pereira, 2018; González, 2020; Saramago, 2021), sendo neste contexto a mais adequada para o estudo, pois permitiu fundamentalmente a análise das estratégias de comunicação empregues nas campanhas de prevenção para o combate a cólera ao nível do distrito de Monapo.

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

Relativamente ao procedimento técnico, este estudo subdividiu-o basicamente em três fases. Sendo a primeira, respeitante a pesquisa documental e revisão bibliográfica, a escolha dos participantes do estudo constituiu a segunda fase e a terceira fase observou a definição dos instrumentos de coleta de dados. Foram selecionados para fazer parte deste estudo, 3 líderes comunitários do distrito de Monapo que tenham sido envolvidos nas campanhas de comunicação para a prevenção da cólera, 2 responsáveis pelo desenho das campanhas ao nível da Direção Provincial de Saúde (DPS) e por forma a equilibrar a participação por género dos participantes, foram selecionados 5 homens e 5 mulheres, residentes no distrito de Monapo, que tomam decisão ou participam na tomada de decisões e que tenham participado nas campanhas de sensibilização para a prevenção da cólera, perfazendo um total de 15 participantes do estudo.

Em estudos de abordagem qualitativa, a escolha dos participantes, não escolhe critérios relacionados a quantidade da informação, pelo fato do objetivo não ser o de quantificar os depoimentos ou opiniões, mas sim analisar com profundida o conteúdo e a qualidade de informações, em seu contexto específico (Falqueto; Zandonade; Hoffmann; Farias, 2018). Para a realização deste estudo, optou-se pela utilização da amostragem não probabilística por conveniência, que no entendimento de Carmo e Ferreira (2008), se seleciona um grupo de pessoas que esteja disponível e que apresente as características dos participantes do estudo.

Atendendo ao fato que nas pesquisas qualitativas o enfoque é para a escolha de participantes que auxiliam o investigador a melhor entender o fenómeno ou o problema da pesquisa e não a representatividade da amostra (Creswell, 2003), o estudo foi desenvolvido a partir de 15 entrevistados selecionados por conveniência.

A escolha dos líderes comunitários e dos membros das famílias foi feita de forma intencional; como critério de inclusão, foram selecionados indivíduos que participaram em alguma campanha dentro do intervalo de tempo estudado. Optamos pela escolha dos líderes comunitários, por serem eles o elo de ligação entre as comunidades e os agentes responsáveis pela implementação das campanhas. A escolha da população do distrito de Monapo, fundamenta-se no fato de ela ser o público-alvo, beneficiário direto das campanhas de prevenção e combate a cólera. A escolha dos responsáveis pelo desenho das campanhas, justifica-se pelo fato de serem eles que tomam decisões sobre as estratégias a serem utilizadas na implementação das campanhas.

Os procedimentos para a coleta de dados foram divididos em duas partes, nomeadamente: a primeira parte foi desenvolvida ao nível da Direção Provincial de Saúde de Nampula (DPSN) e a segunda, ao nível do distrito de Monapo. As técnicas elencadas para a coleta de dados foram análise documental e entrevistas. A primeira fase, que foi feita ao nível da DPSN, teve o objetivo de obter informações referentes à planificação do processo de comunicação empregue nas campanhas de comunicação para a prevenção da cólera. Deu primazia ao uso da técnica de coleta de dados designada “análise documental”, que consistiu na consulta de relatórios semestrais e anuais tanto do MISAU como da DPSN, bem como panfletos, revistas, folhetos e material utilizados nas campanhas

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

de sensibilização para a prevenção da cólera e, posteriormente, foi anotado nos quadros resumos. Seguidamente, foram aplicadas entrevistas estruturadas a dois responsáveis pelo desenho das campanhas, a partir de um guião de entrevistas que foi elaborado para o efeito. Neste tipo de entrevista, de acordo com Gil (2002), as entrevistas são concebidas por meio de um questionário estruturando, isto é, as questões são colocadas diretamente aos entrevistados e tem-se a atenção de não se desviar delas. Estas entrevistas foram desenvolvidas de forma individual e em momentos diferentes, para permitir explorar ao máximo, as opiniões destes indivíduos sobre todo o processo comunicacional envolvido na preparação das campanhas. Esta separação permitiu que os dois intervenientes não dessem respostas sob a influência do outro.

A segunda fase foi efetuada ao nível do distrito de Monapo, objetivando colher informações sobre a maneira como a população deste distrito encara as campanhas de sensibilização para a prevenção da cólera. As primeiras pessoas a serem entrevistadas foram os líderes comunitários, uma vez que as informações fornecidas por estes haviam sido utilizadas para a seleção das famílias que fizeram parte do estudo. Os líderes comunitários foram entrevistados nos seus locais de atuação, de forma individual para salvaguardar a confidencialidade das informações prestadas. A seleção dos líderes foi feita tendo como base o grau de envolvimento nas campanhas.

Com o auxílio das informações levantadas através dos entrevistados da DPSN e dos líderes comunitários, foram selecionados 5 homens e 5 mulheres residentes no distrito de Monapo, que tenham sido abrangidos pelas campanhas de sensibilização para a prevenção da cólera. Estas pessoas foram entrevistadas individualmente nas suas residências.

A discussão e análise dos resultados constituiu o terceiro momento da pesquisa. Nessa medida, os procedimentos foram ajustados à abordagem da pesquisa (qualitativa), para tal, a análise de conteúdo foi a técnica usada para o tratamento de dados. Achamos pertinente a escolha desta técnica, pois, segundo Fundamentais e Schmidt Godoy (n. d), é uma técnica utilizada para o tratamento dos dados principalmente em ciências sociais, que tem por foco a interpretação do material de caráter qualitativo.

O estudo apresentou como principal limitação metodológica o fato da técnica de observação não ter sido incluída no estudo por questões ligadas ao tempo e disponibilidade dos participantes. Sugere-se, como pista para futuras investigações a inclusão na metodóloga da técnica de observação participante para confrontar as informações fornecidas pelos entrevistados aos hábitos de higiene adotados, em função das mensagens de sensibilização para apurar se efetivamente na prática, as mensagens produzem alguma mudança de comportamento.

3.1. Caraterização da área de estudo

O distrito de Monapo é um distrito da província de Nampula - Moçambique. Possui uma superfície de 3.528 Km2 e encontra-se localizado a Este da província. Tem como limite Norte o distrito de Nacarôa, a Sul o distrito de Mogincual, este distrito de Nacala-à-velha e Mossuril. No limite

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

Norte, Oeste com os distritos de Muecate e Meconta (Ministério da Administração Estatal, 2014). De acordo com o Instituto Nacional de Estatística (2022), o distrito de Monapo possui uma população de aproximadamente 393.813 habitantes.

Em conformidade com o Ministério de Administração Estatal (2014), grande parte da população não tem acesso à água potável e serve-se da água de poços e rios para beber e realizar outras atividades domésticas. Uma das fontes de contaminação da cólera é o consumo da água imprópria, atendendo o fato de a maior parte da população deste distrito não ter acesso a fontes de água potável, tornando-as vulneráveis à aquisição de doenças de origem híbrida, doenças diarreicas, incluindo a cólera.



Figura 1: Mapa do distrito de Monapo. Fonte: Instituto Nacional de Estatistica- INE (2022)

4. APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

A apresentação e discussão dos resultados obedeceu a sequência dos objetivos traçados anteriormente.

Nos dados consultados preliminarmente nos relatórios da DPSN, observou-se que, a cólera faz parte das doenças mais frequentes ao nível da província de Nampula, tendo sido registados 1.052, em 2016 e 598 casos ao nível de toda a província. Apesar de estes números parecerem pequenos e observar-se uma redução dos casos no ano de 2017 relativamente a 2016, estes números ao nível do distrito de Monapo, representam o despertar do fenómeno de desinformação que acaba tendo repercussões desastrosas, em termos de rejeição das mensagens de prevenção, agressão de líderes comunitários e agentes de saúde e recusa na utilização do cloro para o tratamento da água. Consequentemente, todo o processo de comunicação usado nas campanhas fica comprometido.

De acordo com Chiaravalloti *et al.,* (2002), as campanhas de comunicação constituem um importante vetor de transmissão de informações úteis com vista à mudança de comportamento das populações em relação a determinado aspeto, sobretudo na área da saúde, moldando e formando

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

camadas da sociedade, dotando as comunidades de informações imprescindíveis sobre as diferentes formas de prevenção de certas doenças. Refere ainda que, estas campanhas de comunicação devem preconizar a definição clara dos objetivos que se pretendem alcançar, a definição do grupo de pessoas a abranger, a escolha dos meios de comunicação que se adeqúem ao público-alvo, o desenho de conteúdos de mensagens adequadas ao público e deve-se, igualmente, fazer a monitoria e avaliação dos resultados alcançados comparativamente aos traçados inicialmente.

Os dados obtidos nas entrevistas aos responsáveis pelo desenho das campanhas ao nível da DPSN, líderes comunitários e população do distrito de Monapo, mostram que o tipo de campanhas desenvolvidas ao nível do distrito de Monapo, consistem fundamentalmente na utilização de: palestras, conversas, teatro, encontros de sensibilização, distribuição de panfletos, divulgação de mensagens de prevenção nas rádios, sobretudo nas rádios comunitárias. Estas técnicas, condizem com os requisitos das técnicas de campanha de comunicação estratégica, fundamentalmente nas técnicas de comunicação e objetivos a atingir relativamente ao grupo-alvo. Os dados do presente estudo são consistentes com os achados de Chuva e Ribeiro (2017) onde enfatizam que as campanhas para a prevenção de gravidezes indesejadas utilizam essencialmente técnicas como debates, cartazes, projeções e entretenimento para fazer chegar informações as raparigas. Um outro estudo desenvolvido por Ruschmann *et al.* (2009) revela a necessidade de maior investimento nos meios de divulgação das campanhas, fazendo referência a panfletos, dísticos, rádio, redes sociais.

Da análise feita às campanhas desenvolvidas para o combate à cólera no distrito de Monapo, observou-se que algumas das técnicas utilizadas, encontram-se desajustadas ao contexto do público-alvo. Estes dados são consistentes com os achados de Andrade *et al.* (2020) onde evidenciam que as técnicas de produção de materiais das campanhas, são técnicas próprias para a produção de material comercial, negligenciando a utilização de técnicas adequadas para a comunicação em saúde. Neste sentido, maior atenção deve ser dada a questão da comunicação em saúde, aprimorando técnicas voltadas para a comunicação em saúde culturalmente sensível.

A DPSN não faz a monitoria e avaliação dos resultados obtidos pós-campanha. Restringindo-se apenas a divulgar as informações de prevenção sempre que se aproximam os períodos de pico. Em contrapartida, os responsáveis pelo desenho de campanhas ao nível da DPSN, a população e os líderes comunitários referiram que as campanhas são desenhadas sem a participação das comunidades locais a quem as campanhas são destinadas. A exclusão dos destinatários das campanhas pode influenciar na não-aceitação das mensagens de prevenção. Estes dados são consistentes com os achados de chuva e Ribeiro (2017) onde referem uma fraca articulação no processo de monitoria e avaliação das campanhas. Em outro momento, Júnior (2017) defende a necessidade do envolvimento dos membros da comunidade nos programas a eles destinados, sendo a sua participação crucial para a construção de confiança e aceitação dos programas, favorecendo, assim, a criação de ações de proteção por parte das comunidades em relação aos programas. Murta (2007) refere que a participação das comunidades nos programas a que são destinadas, deve

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

ocorrer desde o primeiro momento, isto é desde a fase de planificação até a implementação dos programas.

Assim, verificou-se o não envolvimento das comunidades locais no desenho e implementação das campanhas. As campanhas são idealizadas ao nível da DPSN e implementados ao nível do distrito de Monapo, sem a participação do público-alvo. Nesta medida, o envolvimento das comunidades nos programas a si destinados, facilita a construção de uma comunicação mais abrangente, isto é uma comunicação feita pela comunidade para a comunidade, uma comunicação participativa, evitando-se assim o uso da comunicação unidirecional, não se limitando na transferência de valores daqueles que se julgam mais sabedores para aqueles que julgam menos conhecedores, pois, o diálogo tem a capacidade de transformar os intervenientes em partes ativas no processo, perspectivando a mudança de comportamento e a transformação social (Freire, 1977).

Nesta linha de ideias, é importante assegurar a participação das comunidades para que as estratégias de comunicação objetivem a diminuição dos casos da cólera e sobretudo sejam traduzidas na aceitação das mensagens de prevenção da cólera, resultando na diminuição da desinformação e dos casos de cólera. Os dados das entrevistas aos responsáveis pelo desenho de campanhas ao nível da DPSN, mostram que efetivamente os destinatários das campanhas não são inseridos no desenho delas, entretanto, há um menor envolvimento dos líderes comunitários na implementação das campanhas. Os líderes que participaram nas campanhas, estiveram apenas integrados nas equipas que difundiam as mensagens, não participando assim na sua planificação e elaboração. Nesta medida, os resultados dos dados obtidos mostram que existe um défice de critérios na implementação das campanhas de sensibilização para a prevenção da cólera.

Os resultados do nosso estudo mostram que as campanhas são executadas por intermédio das rádios comunitárias, televisão, palestra, cartazes, grupos culturais e teatrais, sendo preferencialmente usadas as rádios comunitárias por razões de natureza financeira. Baquero *et al.,* (2021), pregam sobre a necessidade de combinação de meios, tendo como foco o alcance dos destinatários. Meios que se adeqúem a realidade das comunidades onde os programas serão implementados. A utilização da rádio comunitária por um lado, auxilia na difusão de mensagens de prevenção as comunidades uma vez que de acordo com Jambe (2021), as rádios comunitárias possuem maior abrangência. Rodrigues (2002) demonstrou que a rádio é o meio de comunicação social mais utilizado pela população em Moçambique, com maior alcance em termos de cobertura e de extensão territorial quando comparado com outros meios de comunicação como a televisão, jornais e outros. Em relação aos cartazes e panfeltos, podem não ter o impacto desejado, sobretudo devido ao nível de escolaridade da população. Entretanto, se aplicados de forma adequada, com o auxílio de desenhos gráficos que os tornam mais atrativos e em língua local, pode auxiliar na memorização das informações difundidas (Mayer; Avila, 2010).

Os dados do nosso estudo revelam que as campanhas são executadas apenas em dois períodos do ano, nomeadamente, no período seco e chuvoso, não sendo suficiente para que as

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

comunidades estejam familiarizadas com as mensagens de prevenção. Um estudo realizado por Chiaravalloti e os seus colaboradores sobre a dengue no Brasil evidenciou que as campanhas de prevenção da dengue são realizadas de forma pontual, descontínua, sendo realizadas com maior ênfase para situações epidémicas. Estes autores referem que seria necessário que estas campanhas fossem realizadas de forma contínua, com recurso à *mídia* durante todo o ano como forma de evitar dúvidas e equívocos. Estes dados são consistentes com os dados do nosso estudo, uma vez que as campanhas são realizadas de forma descontínua.

Em relação a língua utilizada nas campanhas, constatou-se a utilização do português e da língua emacua. Estes dados são consistentes com os achados de Fagundes (2011) e Ramos (2012) onde evidenciam que a língua é um instrumento bastante importante em todo o processo comunicacional, devendo-se dar maior ênfase e atenção às línguas faladas pelas populações residentes nas áreas onde se pretende atuar, perspectivando maior inclusão e percepção do público-alvo.

Relativamente aos conteúdos das mensagens produzidas nas campanhas e a facilidade de compreensão dos mesmos, os membros das comunidades referiram que os conteúdos a que são expostos nas campanhas estão relacionados com as medidas de prevenção da cólera, nomeadamente, higiene pessoal, lavagem das mãos com sabão, consumo de alimentos seguros, higiene coletiva, consumo de água potável, uso do cloro para o tratamento da água, cuidado com os alimentos sobretudo nos mercados e cuidados a ter com os doentes contaminados. Estudos similares, realizados por Pereira e Costa (2010), França *et al.,* (2010) e Neto *et al.,* (2013), mostram que a divulgação das medidas de prevenção auxilia na consciencialização das populações sobre o risco que determinada doença representa. Segundo Pinheiro e Zeitoune (2008) e Hora *et al.,* (2003), o conhecimento das medidas de prevenção de qualquer doença pela população reduz em grande medida o risco de contaminação. De acordo com os dados obtidos da população residente no distrito de Monapo, estas mensagens foram transmitidas em locais como hospitais e mercados e de forma clara e respeitosa. Nesta medida, referem que as mensagens das campanhas, serviram para ajudar-lhes a protegerem-se no dia-a-dia. Assim, de acordo com Elias (2015), a mudança de comportamento não ocorre imediatamente logo após a transmissão de mensagens corretas sobre a realidade vivenciada. Ela resulta de um conjunto de fatores que quando devidamente combinados produzem os resultados desejados. Assim é necessário para além da divulgação das informações, uma maior articulação às especificidades de cada grupo social, tendo em atenção o nível de escolaridade, a cultura e o contexto social em geral. Nesta senda, para consciencializar as pessoas sobre a necessidade de observância de comportamentos recomendáveis, é importante que os executores das campanhas observem a combinação dos fatores que norteiam a comunicação para a mudança de comportamento com o contexto em que são implementadas as campanhas.

De acordo com Arroz (2017), uma maior atenção deve ser dada ao aspeto Comunicação para a Mudança Social e de Comportamentos (CMSC). A comunicação deve ser vista e pensada como

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

uma peça fundamental com capacidade de moldar mentes, atitudes e comportamentos pois neste caso em concreto, a principal intenção da comunicação é influenciar as pessoas a abandonarem os comportamentos de risco e promover nas comunidades, comportamentos que preservem o bem-estar comum. Este conceito deve ser entendido como uma estratégia de comunicação e deve ser empregue priorizando aspetos ligados à interação, clareza, organização e rigor da comunicação, perspectivando a mudança do comportamento social.

Certamente que as ações de sensibilização visando a mudança de comportamento das populações no distrito de Monapo, devem seguir criteriosamente as estratégias de comunicação para a mudança de comportamento social, objetivando a consecução dos objetivos traçados preliminarmente.

5. CONSIDERAÇÕES

Os dados obtidos, mostram que as campanhas desenvolvidas para a prevenção da cólera ao nível do distrito de Monapo, apresentam défice sobretudo ligados ao uso de meios de comunicação, principalmente devido a questões de natureza financeira, fato que compromete a realização efetiva das campanhas e assimilação dos conteúdos. A monitoria das atividades é deficitária. Este fato pode comprometer a consecução dos objetivos das campanhas, pois os erros de conceção podem desfavorecer o aumento do conhecimento das pessoas. Constatou-se igualmente que a relação entre comunidade, líderes comunitários e autoridades governamentais é articulada de forma deficiente, fato que pode não favorecer o alcance dos objetivos da luta contra a doença. A estratégia de intervenção das autoridades provinciais baseia-se no princípio de descentralização de competências para dar melhor enfoque às caraterísticas específicas e eficaz em função de cada grupo populacional. Entretanto, as orientações gerais estabelecidas a nível provincial, podem, de certo modo, comprometer a capacidade local de intervenção na tentativa de não se violarem as diretrizes superiores. A multisetorialidade na definição das campanhas é, teoricamente, uma boa estratégia para a prevenção de difusão de informações inapropriadas que possam incitar ao recrudescimento de conflitos entre a população e as entidades governamentais.

A realização de campanhas em períodos específicos faz com que as populações não estejam suficientemente consciencializadas sobre o problema, exercendo pouca influência na mudança de comportamento em relação a adoção de medidas de prevenção. Os trabalhos de sensibilização devem ser monitorados para detetar o curso das ações e corrigir atempadamente eventuais inconsistências do plano traçado e assim aumentar o nível de conhecimento das comunidades sobre o problema. A língua empregue durante o processo de sensibilização é fundamental para a incorporação de conceitos sobre o problema. Embora se aplique este princípio, constatou-se que certas vezes, há deficiência na sua efetiva implementação. Finalmente, em função dos dados obtidos pode-se apurar que as estratégias de comunicação empregues na sensibilização das comunidades, ao nível do distrito de Monapo, não têm sido muito eficientes na contribuição para a mudança de

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

comportamento das comunidades face à situação da cólera. Para que as campanhas de sensibilização para o combate a cólera atinjam os resultados desejados, sugere-se a combinação de estratégias de comunicação, tendo em atenção as especificidades locais e dos grupos sociais existentes.

Dentre outros aspetos que justificam a ineficácia destas campanhas, apurou-se que as populações têm uma certa desconfiança no pessoal de saúde e nos líderes comunitários encarregues de fazer as campanhas de sensibilização para a prevenção da cólera. Este fato é igualmente sustentado por Pires *et al.,* (2014) e Serra (2003), pois associam a figura do líder comunitário a uma entidade que se encontra no encalce do Governo, servindo agendas políticas não muito esclarecidas e, como consequência desta crença, há desvalorização do trabalho de sensibilização feito por este grupo e pelos profissionais de saúde.

É importante referir que o ser humano tem uma tendência natural de confiar em pessoas que apresentam características que se assemelham às suas ou que fazem parte do seu círculo de convivência, ou seja, esse julgamento é feito olhando para alguns estereótipos como classe social, raça, idade, género e religião. Um outro dado bastante importante é o fato de as estratégias de sensibilização não serem estáticas, isto é, elas variam consoante a área ou o problema em questão. Desta forma, pode compreender-se que não há um tipo específico de estratégia usada para todas as ações e públicos. De acordo com a temática, o público-alvo, a sua localização e tradição é necessário e pertinente pensar e traçar estratégias que se adeqúem ao meio e levem a informação ao destino. Entretanto apesar de as estratégias não serem uniformes verifica-se que o aspeto comunicacional e os meios pelos quais essas informações irão chegar às comunidades são de grande relevância.

Tendo em atenção a problemática do estudo e para contornar este cenário e obter resultados diferentes e mais satisfatórios durante as campanhas de sensibilização para a prevenção da cólera no distrito de Monapo, achamos pertinente a utilização de uma campanha de comunicação ampla, envolvendo sobretudo uma combinação de estratégicas e a utilização de atores sociais de maior confiança e aproximação comunitária. O maior desafio é permitir que estas campanhas deixem de ser feitas por profissionais de saúde e passem a ser desenvolvidas integralmente pela comunidade. Uma campanha feita da comunidade para a comunidade é a nossa proposta. Pois, os membros da comunidade conhecem os seus anseios, cultura, tradição, língua, problemas, visto que se encontram diretamente inseridos e participam na resolução dos desafios. Aos profissionais de saúde apenas caberia a função de capacitar aos grupos de maior interação comunitária que propomos e desenvolver estratégias de monitoria e avaliação.

Neste contexto, propomos uma combinação entre as alternativas como uma estratégia para a resolução do problema. Nomeadamente, a construção de uma campanha mais eficiente em que o *modus vivendi* das populações é dado primazia, e em que os fatores como nível de escolaridade, língua materna, valores culturais e crenças religiosas enraizados são considerados:

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

Incorporação dos grupos de poupança nas campanhas de sensibilização para a prevenção e combate a cólera **-** atualmente, em Moçambique, as populações apresentam uma tendência de se reunirem em pequenos grupos, os chamados grupos de poupança. No entendimento de Muchanga (2016), existem aproximadamente, em Moçambique, cerca de 12 mil grupos comunitários de poupança e crédito rotativo. Os grupos de poupança são, na óptica de Allen e Staehle (2011), um grupo de pessoas que se associam quer por afinidade, vizinhança ou associações, com o intuito de realizarem ações de poupanças e obterem concessões de crédito para impulsionar as suas atividades.

A presença dos grupos de poupança nas diferentes regiões do país têm criado um impacto positivo no desenvolvimento sócio-economico das famílias que participam nestes grupos, pois por intermédio dos grupos de poupança, os associados têm a oportunidade de obter empréstimos, melhoria das condições de vida da família, nomeadamente, acumulação de ativos financeiros, investimentos, segurança alimentar e garantir a educação dos filhos (Trindade, 2015; Carrilho & Teyssier, 2011).

O acesso a estas condições é um fator aliciante para que a população tenha cada vez mais interesse em fazer parte destes grupos, pois, têm se mostrado cada vez mais eficazes na melhoria das suas condições de vida. Nesta linha de pensamento, pode-se afirmar que os grupos de poupança tem despertado o interesse das populações em manterem-se associadas ou filiadas cada vez mais a um grupo de poupança, cumprindo diretrizes estipuladas pelos mesmos, com a esperança de obterem melhores condições para as suas famílias.

Usando os grupos de poupança como estratégia para alicerçar a melhoria dos rendimentos e das condições de vida de seus membros, abre-se espaço para o debate de questões ligadas ao bem-estar coletivo. Uma vez que a cólera constitui um grave problema de saúde pública e a sua erradicação melhorará as condições de vida das comunidades, propomos que as campanhas de sensibilização e combate a cólera, faça parte da pauta dos encontros promovidos por estes grupos. É nesta perspectiva que apresentamos os grupos de poupança como uma estratégia combinada para a resolução da questão em estudo. Os grupos de poupança são caraterizados pelo envolvimento comunitário e seus membros participam na administração das estruturas financeiras locais, uma abordagem que possibilita a substituição de garantias formais por garantias morais (Rosário, 2020). Trindade (2015) refere que durante as reuniões destes grupos, para além da questão da gestão financeira, são discutidos assuntos ligados a comunidade, perspectivando o bem-estar coletivo. É nesta perspectiva que os grupos de poupança devem ser utilizados como estratégia para a sensibilização das populações relativamente a questão da cólera. Uma vez que o bem-estar coletivo, envolve necessariamente a questão de saúde pública.

Incorporação dos líderes religiosos nas campanhas de sensibilização para a prevenção e combate a cólera - *o*s líderes religiosos são líderes espirituais, com forte influência nas comunidades, pois acredita-se que eles são intermediários entre os homens e Deus, transmitindo aos seus

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

liderados, mensagens provenientes de figuras Divinas. Alguns atores defendem que a religião e os grupos religiosos, desempenham um papel bastante preponderante na mobilização das comunidades relativamente a questão da prevenção e tratamento de doenças transmissíveis na comunidade. A intervenção dos líderes religiosos na resolução de problemas sociais e na difusão de mensagens de prevenção e cuidados a ter com a saúde, tem se mostrado cada vez mais eficazes (Souza, 2009).

Nesta senda, o valor social e religioso destes líderes, reveste-se de um sentido bastante simbólico, conferindo-lhes uma capacidade ampla de influência sobre os seus liderados, associada a capacidade integral de mobilização social. Assim, reconhecendo a sua capacidade de mobilização e a influência que os líderes religiosos exercem nas comunidades, há necessidade de capacitá-los ou treiná-los para desempenharem o papel de promotores de saúde e difusores de mensagens de prevenção e combate a cólera nas suas comunidades. Estes, devem levar estas mensagens em diferentes etapas e momentos, ou seja, sempre que se justificar a sua intervenção nesse sentido, seja no local de adoração ou na comunidade.

Incorporação da Associação dos Médicos Tradicionais nas campanhas de sensibilização para a prevenção e combate a cólera - *a*s práticas tradicionais e culturais em saúde encontram-se presentes desde os primórdios da humanidade, existindo seus relatos desde as civilizações mais antigas e encontram-se presentes até os dias de hoje. Estas práticas encontram-se presentes com maior intensidade em certas comunidades e menos em outras.

Apesar de todo desenvolvimento da ciência e sobretudo da medicina, estas formas do saber, incluindo a medicina tradicional e o curandeirismo, continuam trazendo importantes contribuições para a sociedade, constituindo uma herança deixada pelos antepassados, transmitida de geração em geração, estando presentes e enraizada nos hábitos e costumes de muitos povos (Costa, 2016). Enquanto nas sociedades modernas, o conceito de saúde encontra-se ligado a questões ligadas a patologia e bioquímica, nas sociedades tradicionais e pré-modernas a doença surge como consequência de valores e crenças mágicas (Lebre, 2014).

Em Moçambique, estima-se que o Serviço Nacional de Saúde (SNS) cubra apenas 50% da população, sendo que os outros 50% são cobertos pelos provedores informais de saúde, neste caso concreto pelos médicos tradicionais (Agy, 2017). Nas zonas rurais, maior parte das populações em Moçambique, procura pelos serviços dos médicos tradicionais. A utilização deste grupo de provedores informais de saúde é feita de forma exclusiva em alguns pontos do país, devido a questões culturais e até mesmo de falta de acesso aos serviços formais de saúde ou de forma combinada com o SNS.

Num contexto em que o distrito de Monapo é uma sociedade tradicional, maior parte da população do distrito, procura os cuidados de saúde nos médicos tradicionais, mostrando-se necessária a capacitação deste grupo de prestadores de cuidados de saúde sobretudo a Associação dos Médicos Tradicionais de Moçambique (AMETRAMO) na divulgação de mensagens de prevenção sobre a cólera. Importa referir que o Estado moçambicano reconhece o papel desempenhado pelos

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

médicos tradicionais, razão pela qual permitiu a formalização da AMETRAMO, dando-lhes legitimidade para trabalhar com outras instituições oficiais que se ocupam na prevenção e combate de doenças (Lebre, 2014).

É nesta linha de ideias que propomos a capacitação dos médicos tradicionais em matéria de prevenção e combate a cólera e a sua sensibilização para desempenhar o papel de promotor de saúde que já desempenham, incorporando na sua atuação a disseminação de mensagens de prevenção e combate a cólera, visando atingir um número significativo de pessoas que procuram pelos cuidados de saúde, constituindo assim uma mais-valia no alcance dos resultados esperados na luta contra esta enfermidade.

Incorporação das escolas nas campanhas de sensibilização para a prevenção e combate a cólera - o espaço escolar é um espaço reservado ao aprendizado continuo e onde deve-se incentivar uma reflexão mais crítica sobre os conceitos de saúde e doença, com a introdução e discussão de temáticas que sejam mais pertinentes a comunidade em geral e as escolas em particular, munindo os estudantes de conhecimentos indispensáveis para o bem-estar das comunidades e desenvolvendo neles um espírito de pensamento crítico, voltado à melhoria da saúde e das condições de vida das suas comunidades. Neste sentido, as abordagens devem ser de inteira interação, uma vez que a avaliação da forma de pensar e agir dos alunos de determinado espaço geográfico, pode ser usado como indicador pois auxilia na leitura da realidade dessa comunidade e pode ser útil para o desenho de estratégias de intervenção voltadas a resolução de questões ligadas a saúde pública (Cardoso, Reis e Iervolino, 2008).

Em outro momento, Gomes (2009) prega que os professores têm uma grande influência sobre os seus alunos, sendo que a transmissão de mensagens de prevenção e a sensibilização destes na adoção de comportamentos saudáveis, pode ser um papel bem exercido por este grupo. Nesta senda, as escolas devem ser vistas como aliadas na promoção do desenvolvimento humano, social e cultural das comunidades, desempenhando um papel bastante importante na promoção do bem-estar das comunidades. As escolas devem desempenhar um papel bastante importante na efetivação das campanhas e divulgação das mensagens de prevenção e combate a cólera. Os alunos devem ser informados desde cedo sobre os cuidados a ter na prevenção da cólera, transmitindo mensagens acessíveis desde os primeiros anos de escolaridade, isto é, deve-se investir na formação a longo prazo.

Nesta óptica, propomos que os professores e educadores sejam capacitados e sirvam de promotores de saúde, por forma a levarem aos seus alunos conteúdos relacionados a sensibilização e combate a cólera ao nível do distrito de Monapo.

Incorporação dos vendedores de mercado nas campanhas de sensibilização - *o*s mercados albergam um grande número de pessoas e como tal devem estar incorporados estrategicamente na divulgação de mensagens de prevenção. Nesta linha de ideias, propõe-se a formação dos vendedores dos mercados para a realização das campanhas de forma permanente, pois, as

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

populações mantém contato quase que diariamente com os vendedores dos mercados informais, quer na aquisição de alimentos, vestiários e outros bens de consumo.

Incorporação das redes sociais na sensibilização e combate a cólera - *a*s redes sociais constituem uma importante fonte de informação e exercem cada vez mais influência na mente daqueles que fazem parte do seu circo. Na época digital em que o mundo vive. Cardoso e Neto (2003) pregam que as redes sociais se revestem de grande importância, pois, por intermédio delas, há espaço para um debate mais aberto, fomentando cada vez mais uma participação cívica e política, virada para o bem-estar das comunidades.

É neste contexto, que propomos a utilização das redes sociais como palco para a disseminação de informações sobre a cólera. Nesta linha de pensamentos, propomos a existência de campanhas virtuais de sensibilização e combate a cólera, onde o público-alvo, terá a oportunidade de expor e expressar os seus sentimentos e dúvidas sobre a doença e por intermédio desta campanha, obter respostas apropriadas sobre o assunto. Para reforçar este posicionamento, apoiamo-nos no preceituado por Correia (n.d) quando afirma que as redes sociais constituem uma forma rápida e eficaz de sensibilização dos seus usuários, uma vez que a informação é partilhada diariamente e a sua atualização é feita constantemente. Este posicionamento é reforçado por Castells (2002), ao afirmar que as redes sociais virtuais para além de serem um mecanismo de atingir o debate não conseguido nos *mídia* tradicionais são também, uma forma de execução e participação cívica e ativa em questões de interesse da coletividade, perspectivando o bem-estar comum.

Cardoso e Lamy (2011) pregam que a interatividade presente nas redes sociais e a participação dos diferentes interessados nos debates virtuais ou campanhas virtuais, cria uma onda de confiança na informação disseminada por elas, quando comparadas com os *mídias* tradicionais. Neste sentido, para assegurar a confiabilidade da informação e evitar que pessoas sem preparo científico divulguem informações que podem levar a desinformação das pessoas, é imperioso que estas informações sejam divulgadas ou o debate seja provocado por pessoal devidamente treinado e monitorado por estes.

Com base na análise feita neste estudo e nas realidades únicas de Moçambique, propomos uma nova abordagem que combine tecnologia e interações virtuais para aumentar a conscientização e combater a disseminação da cólera nos países em via de desenvolvimento.

O primeiro aspeto dessa abordagem envolveria a utilização das mídias sociais para campanhas de educação em saúde. Devido ao papel significativo desempenhado pelas mídias sociais na disseminação de informações, campanhas que eduquem sobre a cólera poderiam alcançar um público amplo, particularmente o público mais jovem que está constantemente conetado.

Em paralelo, poderíamos usar tecnologias móveis para enviar informações importantes de saúde diretamente para as pessoas, especialmente em comunidades afetadas. Aplicativos móveis e mensagens de texto poderiam ser usados para compartilhar conselhos sobre sintomas e medidas de

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

prevenção da cólera. Esta abordagem deve ser feita de forma repetida, até o ponto de as pessoas tomarem consciência das mensagens transmitidas.

A terceira frente envolveria a criação de *webinars* e fóruns *online* para promover a educação em saúde e discussões em comunidades. Eles permitiriam sessões interativas onde os membros da comunidade podem fazer perguntas e discutir solução para os seus problemas de saúde, incluindo a cólera. Importa ressaltar que as plataformas de *e-learning* poderiam ser usadas para treinar agentes de saúde comunitários, fornecendo treinamento consistente e abrangente em grandes áreas.

Na medida do possível, a introdução de tecnologias emergentes, como a realidade virtual e aumentada, pode ser explorada para proporcionar uma experiência mais imersiva e didática na demonstração de práticas de prevenção da cólera. No entanto, é crucial levar em conta as especificidades culturais e contextuais dos locais onde estas estratégias serão implementadas. Os conceitos e práticas de saúde podem variar amplamente entre diferentes culturas e, portanto, os esforços de educação e sensibilização devem ser culturalmente relevantes. As mensagens de conscientização devem ser respeitosas e sensíveis à cultura local, sendo transmitidas de uma forma compreensível para a comunidade.

Da mesma forma, estratégias de participação comunitária devem respeitar as normas e práticas locais. Além disso, os agentes de saúde comunitários devem ser treinados em respeito à cultura e sensibilidade cultural, além de receberem treinamento sobre a cólera.

Por fim, é necessário considerar o acesso da comunidade à tecnologia e a facilidade de uso antes de decidir qual tecnologia é apropriada. Ao manter esses princípios em mente, podemos criar estratégias inovadoras e culturalmente adequadas para combater eficazmente a cólera nos distritos afetados. Contudo, para populações de baixa renda dentro desta abordagem, é preciso levar em conta as possíveis restrições de acesso à tecnologia e à internet. A seguir propomos algumas estratégias.

As campanhas de saúde devem ser compatíveis com tecnologias de baixo custo e amplamente disponíveis. Por exemplo, ao invés de depender apenas de *smartphones* e conexões de alta velocidade à internet, as informações também podem ser disseminadas via mensagens SMS, chamadas de voz, ou rádio que são mais acessíveis.

REFERÊNCIAS

AGY, A. R. **Desigualdades de género em contextos rurais em Moçambique**: estudo de caso em localidades na província de Nampula. Maputo, Moçambique: IESE, 2017.

ALLEN, H.; STAEHLE, M. Associações comunitárias de poupança e empréstimo. **Guião de formação do agente comunitário**. Maputo, Moçambique: VSL Associates, 2011

ANDRADE, N. F. de; PRADO, E. A. de J.; ALBARADO, Á. J.; SOUSA, M. F. de; MENDONÇA, A. V. M. Análise das campanhas de prevenção às arboviroses dengue, zika e chikungunya do Ministério da Saúde na perspectiva da educação e comunicação em saúde. **Saúde Em Debate**, São Paulo, p.871–880, 2020.

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

ARROZ, J. A. H. Comunicação para a mudança social e de comportamento na luta contra a malária em Moçambique. **Revista de Saúde Pública**, v. 51, n. 18, p. 1–6, 2017.

BAQUERO, O. S.; REBOLLEDO, E. A. S.; RIBEIRO, A. G.; BERMUDI, P. M. M.; PELLINI, A. C. G.; FAILLA, M. A.; DE AGUIAR, B. S.; DINIZ, C. S. G.; NETO, F. C. Pink October and mammograms: When health communication misses the target. **Cadernos de Saude Publica**, v. 37, n. 11, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.1590/0102-311X00149620.

CAMILO, E. **Estratégias de comunicação municipal**: uma reflexão sobre as modalidades de comunicação nos municípios. [S. l.]: Universidade da Beira interior, 2021.

CARDOSO, G.; LAMY, C. Redes sociais: comunicação e mudança. **Journal of international relations**, Lisboa, Portugal, 2011.

CARDOSO, G.; NETO, P. **A Internet Enquanto Comunidade**: uma caracterização qualitativa e quantitativa da realidade portuguesa" in Internet, Telecomunicações e Sociedade de Informação – 2000-2010. Lisboa, Portugal: Instituto de Comunicações de Portugal, 2003.

CARDOSO, V.; REIS, A. P.; IERVOLINO, S. A. Escolas Promotoras de Saúde: uma via para promover a saúde e a educação para a saúde da comunidade escolar. **Rev. Bras. Crescimento Desenvolvimento Humano**, São Paulo, 2008.

CARMO, H.; FERREIRA, M. **Metodologia da Investigação–Guia para Auto-aprendizagem**. 2. ed. Lisboa, Portugal: Universidade Aberta, 2008.

CARRILHO, J.; TEYSSIER, S. **Grupos de Poupança e Crédito em Moçambique, 10 anos depois**: realizações, desafios e perspectivas. Maputo, Moçambique: FARE, 2011.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. Lisboa, Portugal: Fundação Calouste Gulbenkian, 2008.

CHIARAVALLOTI, V. Avaliação sobre a adesão às práticas preventivas do dengue: o caso de Catanduva. **Cadernos de Saúde Pública**, São Paulo, v. 18, p. 1321-1329, 2002.

CHUVA, L.; RIBEIRO, N. **Estratégias de Comunicação utilizadas em Escolas Secundárias para combate da Gravidez Indesejada na Adolescência**. Beira, Moçambique: REID, 2017.

CORREIA, J. C. **Cidadania, Comunicação e Literacia Mediática.** [S. l.]: BOCC, s. d. Disponível em http://www.bocc.uff.br/pag/correia-joao-carlos-MediaPublicoLiteracia.pdf

COSTA, F. A. Z. *et al.* Práticas populares em saúde indígena e integração entre o saber científico e popular: revisão integrativa. **SANARE - Revista de Políticas Públicas**, v. 15, n. 2, p.112-119, 2016.

CRESWELL, J. W. **A framework for design. Research design***:* Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. [*S. l.: s. n.*], 2003. p. 9-11.

ELIAS, H. **Estratégia de Comunicação para a mudança de comportamentos em Água, Saneamento e Higiene**. [*S. l.: s. n.*], 2015.

FAGUNDES, L. G. S. Abordagens inovadoras em educação em saúde na perspectiva da promoção da saúde: visão do profissional enfermeiro. **Revista de APS**, v. 14, n. 3, p. 336–342, 2011.

FALQUETO, J.; ZANDONADE, M.; HOFFMANN, V. E.; FARIAS, J. S. Saturação Teórica em Pesquisas Qualitativas: Relato de uma Experiência de Aplicação em Estudo na Área de Administração. **Revista de Ciências Da Administração**, p. 40–53, 2018. https://doi.org/10.5007/2175-8077.2018v20n52p40.

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

FRANÇA, I.; OLIVEIRA, D.; COSTA, C.; COURA, S.; CARTAXO, O. A língua brasileira de sinais na formação dos profissionais de enfermagem, fisioterapia e odontologia no estado da Paraíba, Brasil. **Interface-Comunicação, Saúde, Educação**, v. 16, p. 995-1008, 2010.

FREIRE, P. **Extensão ou Comunicação**? 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, J. P. As Escolas Promotoras de Saúde: uma via para promover a saúde e a educação para a saúde da comunidade escolar. **Educação**, Porto Alegre, 2020.

GONZÁLEZ, F. E. Reflexões sobre alguns conceitos da pesquisa qualitativa. **Revista Pesquisa Qualitativa**, v. 8, n. 17, p. 155–183, 2020. https://doi.org/10.33361/rpq.2020.v.8.n.17.322

GUAMBE, J.; FRANCISCO, T.; AMBROSIO, M. **Informação , Educação e Comunicação em saúde para a população de homens que fazem sexo com homens em Moçambique**. [*S. l.: s. n.*], 2019.

HORA, C. D.; BATISTA, C. V. C.; GUIMARÃES, P. D. B.; SIQUEIRA, R.; MARTINS, S. Avaliação do conhecimento quanto à prevenção do câncer da pele e sua relação com exposição solar em freqüentadores de academia de ginástica, em Recife. **Anais Brasileiros de Dermatologia**, v. 78, p. 693-701, 2003.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATISTICA. **IV Recenseamento Geral da População e Habitação**: Indicadores Sócio-demográficos Moçambique, 2017. [S. l.]: INE, 2022.

JAMBE, J. F. S. J. S. Estratégias de Comunicabilidade em Publicidades Radiofónicas: vetorespara a monetização das rádios comunitárias da província de Nampula-Moçambique. **Conexão ComCiência**, v. 1, n. 2, 2022. Disponível em: https://revistas.uece.br/index.php/conexaocomciencia/article/view/4835

JUNIOR, A. Comunicação para a Mudança Social e de Comportamento para Preparação de Emergência Kit de Implementação. **GENESIS, Com Health Communication Capacity Collaborative**, 2017.

LEBRE, L. T. S. **A saúde e a doença e as profissões de saúde em Moçambique**. Rio de Janeiro: Portal do Psicólogo, 2014.

LIMA, E. C. DE; GLOWACKI, J.; BARROSO, L. F.; FONSECA, N. C.; ZANCAN, S.; SILVEIRA, A. da. Tétano: Um problema de saúde pública no Brasil apesar das estratégias e medidas de prevenção. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 5, p. e20010514877, 2021. https://doi.org/10.33448/rsd-v10i5.14877.

MATIAS-PEREIRA, J. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. 49. ed. Sã Paulo: Atlas, 2018.

MAYER, V. F.; AVILA, M. G. A influência da estruturação da mensagem em comportamentos relacionados à saúde: um teste experimental. **Saúde e Sociedade**, v. 19, n. 3, p. 685–697, 2018. https://doi.org/10.1590/s0104-12902010000300019.

MIGUEL, L. F. Os meios de comunicação e a prática política. **Lua Nova**, p. 55-56, 2002. https://doi.org/10.1590/s0102-64452002000100007

MORETTI, F. A.; OLIVEIRA, V. E. D.; SILVA, E. M. K. D. Acesso a informações de saúde na internet: uma questão de saúde pública?. **Revista da Associação Médica Brasileira**, v. 58, p. 650-658, 2012.

MUCHANGA, I. **Poupança e Crédito Rotativo**: poupança comunitária gera milhões de meticais.

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

Maputo, Moçambique: Economia, 2016.

MURTA, S. G. Programas de prevenção a problemas emocionais e comportamentais em crianças e adolescentes: Lições de três décadas de pesquisa. **Psicologia: Reflexao e Critica**, v. 20, n. 1, p. 1–8, 2016. https://doi.org/10.1590/s0102-79722007000100002.

NETO, E.; CADEMARTORI, D.; PASCOAL, C. Poder, meios de comunicação de massas e esfera pública na democracia constitucional. **Sequência** (Florianópolis), p. 187-212, 2013.

OLIVEIRA, T. L. C. DE; VIANA, L. L.; LIMA, F. S.; RODRIGUES, J. F. S.; ANDRADE, T. DA L. Campanha “vozes de outubro”: sensibilização junto ao público virtual do museu da vida. **revista docência e cibercultura**, v. 6, n. 4, p. 193–213, 2022. https://doi.org/10.12957/redoc.2022.63002

PEREIRA B.; COSTA, L. Mudanças no comportamento sexual do adolescente decorrentes do surgimento da SIDA no contexto social. **Análise Psicológica**, v. 18, n. 4, p. 465–483, 2010. https://doi.org/10.14417/ap.393.

PINHEIRO, J.; ZEITOUNE, R. C. G. Hepatite B: conhecimento e medidas de biossegurança e a saúde do trabalhador de enfermagem. **Escola Anna Nery**, v. 12, p. 258-264, 2008.

PIRES, P.; AHMED, A.; NATÉRCIA, A.; CORREIA, L.; IBRAIMO, M.; REMANE, M.; TARMAMADE, T.; ISMAIL, Y. Conhecimentos sobre cólera em Namicópo. **Revista de Ciências de Saúde**, Nampula, Moçambique, 2014.

POLEJACK, L.; ALMEIDA MACHADO, A. C.; DE SOUZA SANTOS, C.; GUAMBE, A. J. Desafios para a Adesão ao TARV na Perspectiva dos Profissionais do Sistema de Saúde de Moçambique. **Psicologia: Teoria E Pesquisa**, v. 36, Especial, 2020. https://doi.org/10.1590/0102.3772e36nspe10.

RAMOS, M. N. P. Comunicação em Saúde e Interculturalidade - Perspectivas Teóricas, Metodológicas e Práticas. **Reciis**, v. 6, n. 4, 2012. https://doi.org/10.3395/reciis.v6i4.672pt

RODRIGUES, A. B. A mobilização popular e comunitária para a implantação de programas de Educação Ambiental. **Revista Teias**, v. 3, n. 6, p. 1–11, 2002.

ROSÁRIO, N. M. Influência sócioeconómica da existência dos grupos de poupança e crédito rotativo no distrito de marracuene, província de maputo-moçambique. **Sociedade E Território**, v. 32, n. 1, p. 195–213, 2020. https://doi.org/10.21680/2177-8396.2020v32n1ID19822

ROSSETTO, M.; HESLER, L. Z.; MAFFACCIOLLI, R.; ROCHA, C. F.; OLIVEIRA, D. L. de. Comunicação para promoção da saúde: as campanhas publicitárias sobre tuberculose no Brasil. **Revista de Enfermagem Da UFSM**, v. 7, n. 1, p. 18, 2017. https://doi.org/10.5902/2179769222801

RUSCHMANN, D.; TORNELIM, C.; CABRAL, S.; BURATTO, M. **Acção conjunta de revitalização e desenvolvimento acorde**. Santa Catarina: Unilavi, 2009.

SANTOS A. K. L.; GARCIA, D. M. O uso de estratégias de comunicação em cuidados paliativos no brasil: revisão integrativa. **Cogitare Enfermagem**, v. 20, n. 4, p. 725-732, 2015.

SANTOS, M. C. D.; GRILO, A. M.; ANDRADE, G.; GUIMARÃES, T.; GOMES, A. Comunicação em saúde e a segurança do doente: problemas e desafios. **Revista portuguesa de saúde pública**, p. 47-57, 2010.

SARACENI, V.; LEAL, M. do C. Avaliação da efetividade das campanhas para eliminação da sífilis congênita na redução da morbi-mortalidade perinatal: Município do Rio de Janeiro, 1999-2000.

RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

Cadernos de Saúde Pública, v. 19, p. 1341-1349, 2003.

SARAMAGO, H. Distribuição funcional da renda: aspectos conceituais e metodológicos e uma análise de decomposição para a parcela salarial no Brasil (1995-2015). *In:* **23ª Encontro Nacional de Economia Política**, 2021.

SCHMIDT GODOY, A. Pesquisa Qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de empresas**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 20-29, maio/jun. 1995. http://www.scielo.br/pdf/rae/v35n3/a04v35n3.

SERRA, C. **Cólera e catarse**. Maputo, Moçambique: Imprensa Universitária da UEM, 2003.

SNYDER, N. P.; WHIPPLE, K. X.; TUCKER, G. E.; MERRITTS, D. J. Importance of a stochastic distribution of floods and erosion thresholds in the bedrock river incision problem. **Journal of Geophysical Research: Solid Earth**, v. 108, B2, 2003.

SOUZA, M. A. **The influence of faith in the health-disease process in the perception of Christian religious leaders**. Goiania: UFG, 2009.

TRINDADE, C. C. **Xitiki é compromisso**: os sentidos de uma prática de sociabilidade na cidade de Maputo, Moçambique. Campinas: Unicamp, 2015.

VASSOA, A.; MAMBO, A. Comunicação social em tempo de pandemias: Uma análise à eficácia da mensagem veiculada pelos meios de comunicação social na prevenção do COVID-19 em Moçambique. **Revista Científica da UEM,** 2021.